

Fakultät Medien



Roling, Lisa

Analyse der gegenwärtigen Auslandsberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten vor dem Hintergrund der Entwicklung von Social Media

Analysis of the current coverage by the foreign correspondents of Germany's
public broadcasters against the background of the development of social media

- Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida - University of Applied Science (FH)

Mittweida – 2011

Fakultät Medien



Roling, Lisa

Analyse der gegenwärtigen Auslandsberichterstattung
der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten
vor dem Hintergrund der Entwicklung von Social Media

- eingereicht als Bachelorarbeit -

Hochschule Mittweida - University of Applied Science (FH)

Erstprüfer Zweitprüfer
Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer Corinna Volkmann, Dipl.-Medienberaterin

Mittweida - 2011

Röling, Lisa:

Analyse der gegenwärtigen Auslandsberichterstattung der öffentlich-rechtlichen

Auslandskorrespondenten vor dem Hintergrund der Entwicklung von Social Media. - 2011 – S.90

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit

Referat:

Die vorliegende Bachelorarbeit befasst sich mit der Auslandsberichterstattung im Zeitalter des Social Webs. Im Mittelpunkt steht dabei die Auslandsberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender, die, als eine der wenigen Medienanstalten, über ein festes, weltweit flächendeckendes Korrespondentennetz verfügen. Neben der Untersuchung der öffentlich-rechtlichen Fernsehberichterstattung mittels gängiger Nachrichtenforschungen, gilt das Interesse dabei auch der besonderen Rolle der festen Auslandskorrespondenten und der Darstellung ihrer Arbeit. Das Ziel der Arbeit ist es, die Funktion, die den Auslandskorrespondenten vor dem Hintergrund des Social Webs zukommt, genauer zu definieren. Der Begriff Social Media wird anhand der drei größten Social Media-Plattformen Facebook, Youtube und Twitter erläutert und die herausgearbeiteten Eigenschaften der Berichterstattung der Auslandskorrespondenten gegenüber gestellt. Der Vergleich macht deutlich, dass trotz der unzähligen Möglichkeiten, die die Kommunikation im Social Web bietet, die Vermittlungsfunktion der Auslandskorrespondenten nicht aufgewogen werden kann, während der Beitrag zur Völkerverständigung, der beiden Seiten gemein ist, durch gezielte Wechselbeziehungen zu einem besseren globalen Verständnis der Rezipienten führen kann.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	7
2. Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen	10
2.1 Die öffentlich-rechtlichen Korrespondentennetze	10
2.2 Die Auslandskorrespondenten im Profil.....	12
2.2.1 Der Einfluss von Berichterstattungsgebieten auf die Arbeit der Auslandskorrespondenten.....	13
2.2.2 Vor-Ort-Berichterstattung – Das Alleinstellungsmerkmal der Auslandskorrespondenten.....	19
2.2.3 Bezugsgruppen der Auslandskorrespondenten	22
2.2.4 Selbstwahrnehmung der Auslandskorrespondenten.....	25
2.3 Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen	25
2.3.1 Auslandsnachrichten in der täglichen Berichterstattung.....	27
2.3.2 Weltspiegel und auslandsjournal – wöchentliche Auslandsnachrichten	29
2.3.3 Öffentlich-rechtliche Sender zwischen Grundversorgungsauftrag und Wirtschaftlichkeit	32
2.3.4 Präsentation der Fernsehberichterstattung im Internet	35
2.3.5 Beeinflussung der Rezeption von Auslandsnachrichten	38
a. Vertrauen in öffentlich-rechtliche Berichterstattung.....	39
b. Sendungsformat	40
c. Medienästhetik	41
d. Nachrichtenfaktoren	42
e. Nachrichtengeografie	46
2.3.6 Die spezielle Rolle der Auslandskorrespondenten.....	48
a. Auslandskorrespondenten als kulturelle Übersetzer	48
b. Gatekeeperfunktion	49
3. Social Media	51
3.1 Social Media Plattformen	52
3.1.1 Rolle der SM-Plattformen bei vergangenen Nachrichtenereignissen	58
4. Die Arbeit der Auslandskorrespondenten gegenüber Social Media	61
4.1 Eigenschaften von Social Media im Vergleich	61
a. Konkurrenz durch Bürgerjournalismus	61
b. Möglichkeiten des Dialogs und der Gemeinschaft	65
c. Mobilisierungspotenzial	66
d. Völkerverständigung im Social Web	67
e. Digitale Kluft	67
f. Gatekeeperfunktion vor dem Hintergrund des Social Webs.....	68
g. Sehgewohnheiten der Rezipienten.....	71
4.2 Einbindung von Social Media bei der öffentlich-rechtlichen Auslandsberichterstattung.....	73
5. Schluss	79
6. Quellenverzeichnis.....	83
7. Anhang	89

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1.: Verteilung der Auslandsstandorte auf Grundlage des ARD-Korrespondentennetzes (Fernsehen) aus Dreßler (2008), S.19	S.12
Abb. 2: Akzeptanzentwicklung von <i>Weltspiegel</i> und <i>auslandsjournal</i> (1985 – 1999) aus Kretzschmar (2002), S.146.....	S.12
Tab. 1: Facebooknutzer nach Kontinenten aus <i>Socialbakers: World Continents Facebook Statistic</i> , Stand 25.09.2011	S.53

*Bedanken möchte ich mich bei meiner Familie und meinen Freunden, die mich in dieser Zeit unterstützt haben.
Ein besonderer Dank geht dabei an meine Eltern.*

1. Einleitung

Die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF begannen mit dem Aufbau ihrer großflächigen Auslandskorrespondentennetze bereits in den 50er und 60er Jahren. Mit ihrer Berichterstattung schienen die Auslandskorrespondenten den vom Medientheoretiker Marshall McLuhan geprägten Begriff vom „globalen Dorf“¹, das Zusammenwachsen der Welt durch moderne Medien, für die deutschen Rezipienten schnell Wirklichkeit werden zu lassen. Mit dem Erfolg des Internets wurde dem Netzwerk dieser Begriff zugeordnet. Social Media ermöglicht es den Nutzern, sich mit Menschen aus der ganzen Welt auszutauschen. Eine direkte Kommunikation fördert in diesem Fall das Zusammenwachsen der Welt.

Im Mittelpunkt dieser Bachelorarbeit steht die Analyse der gegenwärtigen Fernsehberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten vor dem Hintergrund der Entwicklung von Social Media.

Dabei lag der Gliederung die Frage nach der Daseinsberechtigung der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten zugrunde. Stärken und Defizite der Auslandsberichterstattung werden den Möglichkeiten des Social Web gegenübergestellt und die Beziehung der Sender und ihrer Auslandskorrespondenten zu Social Media erläutert.

Bei der Abbildung der Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen liegt ein großer Schwerpunkt auf der besonderen Rolle der Auslandskorrespondenten.

Zunächst werden die Korrespondentennetze der beiden öffentlich-rechtlichen Sender vorgestellt und ihre Besonderheit hinsichtlich Größe und ökonomischer Rechtfertigung herausgearbeitet.

Die Charakteristik der Auslandskorrespondenten erfolgt anhand der Darstellung verschiedener Einflüsse auf die Arbeit der Korrespondenten. Beleuchtet werden die Einwirkung der Berichterstattungsgebiete und Bezugsgruppen sowie das Alleinstellungsmerkmal des „Vor-Ort-Sein“ und die Selbstwahrnehmung der Korrespondenten.

Es folgt die Analyse der Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Zu diesem Zweck werden die tägliche und die wöchentliche Auslandsberichterstattung der beiden Sender gegenübergestellt.

Um die besondere Stellung der öffentlich-rechtlichen Sender auf dem nationalen Markt zu verdeutlichen wird der öffentlich-rechtliche Auftrag erläutert, der auch die

1 Zit. McLuhan, Marshall in Topf(2003), S.32

Auslandsberichterstattung rechtfertigt. Gleichzeitig wird auf den ökonomischen Rechtfertigungsdruck hingewiesen, der für die öffentlich-rechtlichen Sender mehr und mehr an Bedeutung gewinnt und die Folgen für die Auslandsberichterstattung aufgezeigt. Auch auf die Präsentation der öffentlich-rechtlichen Auslandsberichterstattung im Internet, abseits der Social Media-Plattformen, wird eingegangen um im weiteren Verlauf Rückschlüsse zu ermöglichen. Eine besondere Rolle spielen dabei die rechtlichen Grundlagen, die den Spielraum der öffentlich-rechtlichen Sender im Netz bestimmen.

Im Zusammenhang mit den Auswirkungen auf die Rezeption von Auslandsnachrichten wird im ersten Schritt das Vertrauen der Rezipienten in die öffentlich-rechtliche Berichterstattung nachgewiesen. Im Anschluss wird die Rezipientenwirkung der vorgestellten Formate erörtert und Ursachen aufgezeigt. Im Hinblick auf die Darstellungsform der Auslandsnachrichten wird die Beeinflussung durch Vorgaben des Sendungsformats sowie durch die Medienästhetik der Wort und Bildkombinationen erläutert. Anhand der Forschungsgebiete der Nachrichtenfaktoren und der Nachrichtengeografie werden inhaltliche Vermittlungsdefizite aufgezeigt.

Nach der Darstellung der Arbeit der Korrespondenten und der Berichterstattung, die die Rezipienten erreicht, wird die Rolle der Auslandskorrespondenten zum Abschluss des Kapitels konkretisiert: Ihnen wird die Verantwortung des kulturellen Vermittlers zuteil, gleichzeitig treten sie bei der Selektion von Informationen in der Funktion des Gatekeepers auf.

Der Begriff Social Media wird erläutert und es wird dargestellt, wie sich durch diese Entwicklung die Definition des Begriffs der Öffentlichkeit verändert hat. Die drei größten Social Media-Plattformen, die auch im weiteren Verlauf dieser Arbeit thematisiert werden, Facebook, YouTube und Twitter werden vorgestellt und Nutzerzahlen und Eigenschaften ausführlich erörtert.

Im Anschluss wird auf Nachrichtenereignisse eingegangen, bei denen das Social Web bereits eine wichtige Rolle gespielt hat, um Nutzungswege und Rezipientenwirkung aufzuzeigen.

Im vierten Kapitel erfolgt schließlich die direkte Gegenüberstellung der Arbeit der Auslandskorrespondenten und den Möglichkeiten, die Social Media den Rezipienten bietet.

Dazu wird der im Social Web entstandene Bürgerjournalismus aufgegriffen, der den Auslandskorrespondenten in einem Konkurrenzverhältnis gegenübersteht. Die Eigenschaften werden ausführlich erläutert und Vor- und Nachteile gegenüber der Fernsehberichterstattung herausgearbeitet.

Die Grundlage des Social Webs, die Möglichkeit des Dialogs, wird hinsichtlich der

Vorteile bei der Nachrichtenvermittlung untersucht und die Chancen der daraus entstehenden Gemeinschaft erläutert. Daraus folgt das Mobilisierungspotenzial, das den eingeschränkten Möglichkeiten der Auslandsberichterstattung der Korrespondenten gegenübersteht.

In der Folge wird die Völkerverständigung dargelegt, die im Social Web und durch die Arbeit der Auslandskorrespondenten auf unterschiedliche Weise geleistet wird. In dem Zusammenhang wird auf ein Defizit im Social Web eingegangen, das durch eine „digitale Kluft“ zustande kommt und automatisch Völker aus dem Social Media-Bewusstsein ausschließt.

Im Vergleich mit den Möglichkeiten des Social Web wird noch einmal die Gatekeeperfunktion der Auslandskorrespondenten aufgegriffen und diesbezüglich die Relevanz der Selektion und Präsentationswahl herausgearbeitet.

Danach werden verschiedene Aspekte der Rezipientenwirkung und ihrer Einflüsse beleuchtet und die kulturhistorische Verankerung dargestellt.

Zum Abschluss wird anhand von Facebook, YouTube und Twitter aufgezeigt, wie die öffentlich-rechtlichen Sender und Auslandskorrespondenten die Möglichkeiten des Social Webs bereits nutzen.

Dabei wird sowohl auf die Kommunikation mit den Rezipienten als auch auf die Recherche der Korrespondenten eingegangen.

Diese Arbeit konzentriert sich auf die Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Die ARD verfügt neben den Auslandskorrespondenten, die für die Fernsehberichterstattung tätig sind, ebenfalls über ein ausgedehntes Hörfunkkorrespondentennetz, auf welches in dieser Arbeit nicht näher eingegangen wird.

2. Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen

2.1 Die öffentlich-rechtlichen Korrespondentennetze

Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF verfügen jeweils über ein großes internationales Korrespondentennetz, das sich über die ganze Welt erstreckt. Feste Auslandsstudios sind zuständig für ein bestimmtes Berichtsgebiet, welches sowohl ein einziges Land als auch mehrere Länder umfassen kann. Die Auslandskorrespondenten sind dabei die „besondere Stärke“ der Sender und machen die „besondere Qualität“ der Nachrichtensendungen aus².

Ein Auslandskorrespondentennetz, wie es sich ARD und ZDF leisten, ist in der nationalen wie auch der internationalen Medienwelt eher eine Seltenheit. Die ARD verfügt mit 25 Auslandsstudios über eines der größten Netze der Welt³, das ZDF folgt mit 19 Studios im nationalen Vergleich an zweiter Stelle. Aufgrund der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Korrespondentennetzes durch die Rundfunkgebühren untersteht dieses nicht dem ökonomischen Rechtfertigungsdruck, den private Unternehmen verspüren und bei denen mehr und mehr „die ökonomischen Grundlagen als Engpassfaktor des Journalismus ebenso bedeutsam sind wie dessen Ziele und Ergebnisse selbst“⁴. Viele Auslandsstudios internationaler Medien sind oft nur noch in Ballungsgebieten zu finden, in denen die Ereignislage so hoch liegt, dass sich ein fester Standort lohnt, so zum Beispiel in Washington, Brüssel oder Tel Aviv. Der Trend geht vielmehr zu den weniger kostenintensiven freien Korrespondenten⁵ und auch die günstigere, omniprésente Informationsquelle der Nachrichtenagenturen bilden für viele die Grundlage ihrer Auslandsberichterstattung. ARD und ZDF dagegen legen gerade in Zeiten der Globalisierung Wert auf eine eigenständige und unabhängige Berichterstattung.

Der Ursprung der öffentlich-rechtlichen Korrespondentennetze liegt bereits in den Anfangszeiten der Fernsehsender. Ende der 50er Jahre, knapp 10 Jahre nach der Gründung der ARD, wird mit dem Aufbau des Korrespondentennetzes begonnen⁶. Das ZDF folgt mit seinem Netz nach der Gründung der Fernsehanstalt im Jahr 1961.⁷ Nach der einseitigen Berichterstattung während des Zweiten Weltkriegs und während dem sich

2 ARD: *intern/tagesschau.de/korrespondenten* (2011)

3 Vgl. Ebd.

4 Müller/Schröder (2008), S.100f

5 Vgl. Breckl (2006), S.29

6 Vgl. ARD: *Weltspiegel/Geschichte* (2011)

7 Vgl. ZDF: *Geschichte* (2011)

anbahnenden Kalten Krieg, der die zunehmenden Interpendenzen des Weltgeschehens immer deutlicher macht, steigt in Deutschland das Interesse an den Geschehnissen im Ausland und das Bedürfnis „nach sachlicher und analytischer Berichterstattung“⁸. Im Zuge der fortschreitenden Globalisierung hat dieses Interesse nichts an Bedeutung verloren und so hat sich allein die Anzahl der Auslandskorrespondenten der ARD seit dem Anfang des Netzes mehr als verdoppelt⁹ und die Auslandsberichterstattung einen festen Platz im Fernsehprogramm beider öffentlich-rechtlichen Sender.

Angesichts des gemeinsamen öffentlich-rechtlichen Auftrags gelten für die Auslandsberichterstattung von ARD und ZDF dieselben Grundlagen und Richtlinien. Aufgrund der föderalen Struktur der ARD ergeben sich in der Organisation der Auslandsstudios dennoch einige Unterschiede zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern, die hier kurz erläutert werden sollen.

Während der Kontakt mit den Korrespondenten des ZDF-Netzes von zentraler Stelle aus gehalten wird, übernimmt für ARD-Korrespondenten lediglich eine der neun Landesrundfunkanstalten des ersten deutschen Fernsehens die Rolle der Heimatredaktion.¹⁰ Die Rundfunkanstalten übernehmen jeweils die Federführungen über ein oder mehrere Auslandsstudios, sie entsenden die Korrespondenten und sind mit der langfristigen Aufgabe der Betreuung der jeweiligen Standpunkte betraut. Die Aufteilung der Verantwortung fördert eine routinierte Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Redaktionen und den zugeteilten Auslandsstudios. Da die Auslandskorrespondenten gleichermaßen für die gesamte Gemeinschaft der ARD zuständig sind, ergeben sich aus der föderalen Organisationsstruktur auch Nachteile und hat einen erhöhten Koordinationsaufwand zwischen den Rundfunkanstalten zur Folge.

Die Verteilung der Auslandsstandorte der beiden Sender macht deutlich, dass diese keinesfalls gleichmäßig über die Weltkugel verteilt sind. Während einige Auslandsstudios lediglich für die Berichterstattung aus einem oder einigen wenigen Ländern zuständig sind, umfasst die Berichterstattung eines anderen Korrespondenten ein weitaus größeres Gebiet:

8 Vgl. Breckl (2006), S.24

9 Vgl. ARD: *Weltspiegel/Geschichte* (2011)

10 Vgl. ARD: *intern.tagesschau.de/Korrespondenten*

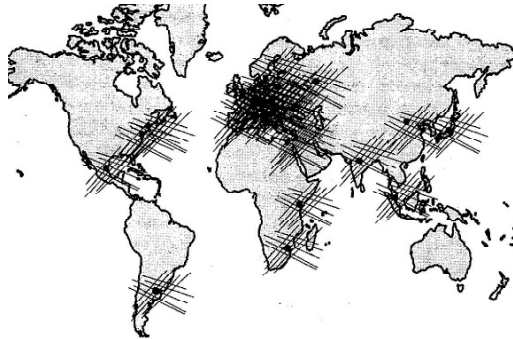


Abb.1 Verteilung der Auslandsstandorte auf Grundlage
des ARD-Korrespondentennetzes¹¹

Je näher sich ein Auslandsbüro am Ort des Geschehens befindet, desto genauer, schneller und regelmäßiger kann über dieses berichtet werden. Schon mit der Wahl der Standorte wird also eine gewisse Relevanz für die Berichterstattung festgelegt. Das Interesse der öffentlich-rechtlichen Sender basiert dabei auf der „für Deutschland angenommenen Bedeutung politischer, wirtschaftlicher und kultureller Art“¹². Dabei gleichen sich nicht nur ARD und ZDF in ihrer Ausrichtung, auch andere westliche Sender weisen eine ähnliche Verteilung ihrer Auslandsbüros auf.

Ein unterschiedliches Interesse an den verschiedenen Ländern und Regionen wird offensichtlich und zeigt auf, „dass die Welt hier nach bestimmten Bewertungen begriffen wird“¹³, die zudem Auswirkung auf die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten hat.

2.2 Auslandskorrespondenten im Profil

Auch wenn die Auslandskorrespondenten von ARD und ZDF alle an einen Korrespondentenplatz gehen, um von dort im Sinne des öffentlich-rechtlichen Auftrags zu

¹¹ Dreßler (2008), S.19

für eine ausführliche Darstellung der Auslandsstudios beider öffentlich-rechtlicher Sender sei auf den Anhang verwiesen: *Auslandsstudios der öffentlich-rechtlichen Sender und ihre zuständigen Berichtsgebiete*

¹² Lönnendonker/Hahn (2008), S.504

¹³ Dreßler (2008), S.21

berichten, sind sie bei ihrer Arbeit in den verschiedenen Berichterstattungsgebieten doch ganz unterschiedlichen Einflüssen ausgesetzt, die die Berichte unter ganz unterschiedlichen Bedingungen entstehen lassen und somit auch beeinflussen, was der Rezipient letztendlich aus dieser Region zu sehen bekommt.

Bei allen Unterschieden existieren aber auch gemeinsame Eigenschaften, die die Besonderheiten der Auslandskorrespondenten ausmachen, unabhängig davon, in welchem Berichterstattungsgebiet sie sich bewegen. Das „Vor-Ort-Sein“ bildet das Alleinstellungsmerkmal der Korrespondenten und grenzt sie in ihrer Arbeit deutlich von den Heimatredaktionen ab. Gleichwohl beeinflussen aber auch die Redaktionen die Nachrichtenabläufe. Rezipienten und Nachrichtenagenturen stellen weitere Bezugsgruppen der Korrespondenten dar. Gemeinsam ist den Auslandskorrespondenten zudem ein ausgeprägtes Berufsethos.

Diese Unterschiede und Gemeinsamkeiten sollen im Folgenden dargestellt werden und einen Einblick in die Arbeit der Auslandskorrespondenten bieten. Als Grundlage dienen Interviews mit deutschen Auslandskorrespondenten, die von Angela Dreßler¹⁴ und von Forschern des Instituts für Journalistik der Universität Dortmund¹⁵ geführt und zusammengefasst wurden, sowie die Vorstellung der einzelnen Auslandskorrespondentenplätze der ARD¹⁶ und des ZDF¹⁷.

Der Schwerpunkt der Forschungen im Zusammenhang mit Auslandsberichterstattung liegt auf der quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse der gesendeten Berichterstattung und weniger auf der Arbeit der Auslandskorrespondenten. Dieses Forschungsfeld ist „noch weitestgehend explorativer Natur“¹⁸.

So entstanden die in diesem Kapitel vorgenommenen Einteilungen, auf Basis von Gemeinsamkeiten in den Aussagen der Auslandskorrespondenten aus oben genannten Quellen.

Auf diese Weise soll ein Gesamteindruck der Arbeit der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten vermittelt werden.

¹⁴ Erschienen in Dreßler (2008)

¹⁵ Erschienen in Hahn/Lönnendonker/Schröder (2008), vgl. S.141

¹⁶ ARD: *tageschau.intern/Korrespondenten* (2011)

¹⁷ ZDF: *Die ZDF-Auslandskorrespondenten/Videos* (2011)

¹⁸ Hahn/Lönnendonker/Scherschun (2008), S.34

2.2.1 Der Einfluss von Berichterstattungsgebieten auf die Arbeit der Auslandskorrespondenten

Übersichtlich darstellen kann man die unterschiedlichen Bedingungen, indem man die Berichterstattungsgebiete der öffentlich-rechtlichen Korrespondentennetze anhand ihrer Größe unterscheidet. Wie schon dargestellt, impliziert die Ausdehnung des Berichterstattungsgebiets dabei auch das Interesse der Heimatredaktionen, die sich wiederum am Zuschauerinteresse orientieren.

Unterschieden wird im Folgenden also zwischen den Arbeitsbedingungen der Korrespondenten in Berichterstattungsgebieten, die mehrere Länder umfassen, und jenen, die nur über die Ereignisse in einem kleinen Gebiet berichten.

Berichterstattungsgebiete, die mehrere Länder umfassen

„Die ausgedehnte Bewegungsfreiheit des Einzelnen verkörpert das geringe Interesse der Allgemeinheit an der Region.“¹⁹

Schon die Ausdehnung dieser Gebiete macht deutlich, dass eine kontinuierliche Berichterstattung über jedes einzelne der Länder nicht stattfinden kann. Die Auslandskorrespondenten müssen gleichzeitig über die Geschehnisse aller Länder in ihrem Berichterstattungsgebiet informiert bleiben. Um dies gewährleisten zu können, finden regelmäßige Reisen statt, die neben der Erstellung von Berichtsmaterial auch der Themenfindung dienen und somit parallel zum Erfahrungsschatz der Korrespondenten beitragen. Die Reiseplanung bildet in den Auslandsstudios einen größeren und komplexeren Schwerpunkt, als das in kleinen Berichterstattungsgebieten der Fall ist. Nicht nur unterschiedliche informationspolitische Rahmenbedingungen, Sprachen und Währungen müssen beachtet werden, der Korrespondent muss sich in jedem Land auf eine ganz andere Kultur einlassen und sie so verstehen können, dass er in seinen Berichten ein authentisches Bild dieses Landes wiedergeben kann. Da gerade die großen Berichterstattungsgebiete meist Länder umfassen, deren Kultur sich von der westlichen stark unterscheidet, besteht hier ein erhöhter Vermittlungsbedarf für die Korrespondenten. Die Sprache bildet dabei eine der größten Barrieren. Gerade in den großen Berichterstattungsgebieten werden viele unterschiedliche Sprachen gesprochen, die die Korrespondenten gar nicht alle beherrschen können, vor allem nicht auf dem

¹⁹ Ebd. S.116

Niveau, das für ein tiefer gehendes Verständnis von Land und Leuten von Nöten ist. Die Auslandskorrespondenten sind auf die Dienste von Dolmetschern angewiesen.

Der Zweifel, ein Korrespondent eines großen Berichterstattungsgebiets „könne dieses Gebiet in seiner politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Vielfalt abdecken“²⁰, ist berechtigt. Die Auslandskorrespondenten selber sehen die Größe ihres Berichterstattungsgebiets hauptsächlich als Herausforderung und sind sich der Verantwortung für eine authentische Berichterstattung aus jedem einzelnen Land bewusst.

Die Häufigkeit mit der ein Auslandskorrespondent über ein Land seines Berichterstattungsgebiets berichtet, richtet sich dabei auch nach den Interessen der Heimatredaktion, wobei die angefragte Berichterstattung in den großen Berichterstattungsgebieten hauptsächlich ereignisorientiert ist. Besteht kein Aktualitätsdruck, sinkt die Nachfrage nach Themen aus diesen Gebieten und die Auslandskorrespondenten nutzen die Möglichkeit, eigene Themen abseits der aktuellen Nachrichtenlage zu recherchieren. Diese Themen werden der Heimatredaktion dann von Seiten des Auslandskorrespondenten vorgeschlagen, finden aber ohne entsprechenden Bezug keinen Weg in die aktuelle Berichterstattung, sondern werden gegebenenfalls in mittel- oder langfristigen Formaten verwertet. Diese Beiträge bieten den Korrespondenten die Möglichkeit, mit bereits etablierten Stereotypen eines Landes, die aufgrund der einseitigen Berichterstattung entstanden sind, zu brechen und den Rezipienten eine neue Sichtweise auf die dargestellten Länder zu eröffnen. Den Zuschauern fehlt bei diesen Ländern der „gewöhnheitsmäßige Umgang mit Namen von Politikern, Städten, Stars oder Fernsehserien als Teil einer mediatisierten Öffentlichkeit“²¹, in den Beiträgen muss demnach regelmäßig Zeit aufgewendet werden, um die Umstände in dem dargestellten Land aufs Neue zu beschreiben. Klischees werden genutzt, um einen Wiedererkennungswert zu schaffen. Entgegen der geringeren Sendezeit, die die Auslandskorrespondenten der großen Berichterstattungsgebiete für ihre Berichterstattung zur Verfügung gestellt bekommen, haben sie im Vergleich zu den Kollegen in den kleineren Berichterstattungsgebieten ein weitaus breiteres Themenspektrum zur Verfügung, bedingt durch die thematische Vielfalt, die die unterschiedlichen Kulturen bieten.

Auch die Quellennutzung weist im Vergleich mit den kleinen Berichterstattungsgebieten

20 Dreßler (2008), S.49

21 Dreßler (2008), S.102

signifikante Unterschiede auf. Gerade in großen Berichterstattungsgebieten bilden Nachrichtenagenturen noch vor den Medien des Berichtlandes eine wichtige zusätzliche Informationsquelle. Da die Korrespondenten bei einem unvorhergesehenen Ereignis oft nicht schnell genug vor Ort sein können, beziehen sie die ersten Informationen in der Regel von Nachrichtenagenturen. Diese Meldungen werden von ihnen eingeschätzt und je nach Relevanz vor Ort genauer überprüft. Mangelhafte informationspolitische Rahmenbedingungen stellen dabei vor allem in großen Berichterstattungsgebieten ein erhebliches Problem dar. Die Auslandskorrespondenten haben nicht nur die Schwierigkeit, schnell an aussagekräftige Informationen zu gelangen, sie müssen zudem ein Netz an verlässlichen Kontakten pflegen, das über ein Land hinausgeht. Eine Vereinfachung ihrer Arbeit stellt in jedem Fall die zunehmende Technisierung der Kommunikationsmittel dar, die die Verständigung sowohl mit Quellen als auch mit der Heimatredaktion beschleunigt und die Kommunikation von fast jedem Ort möglich macht, was gerade in den großen Berichterstattungsgebieten die Arbeit der Auslandskorrespondenten erleichtert.

Kenntnis und Routine der Auslandskorrespondenten können sich durchaus von Land zu Land unterscheiden und stehen meist in direktem Zusammenhang mit einer ungleichen Nachfrage an Berichterstattungen aus den verschiedenen Regionen des Berichterstattungsgebiets. So konzentriert sich das Interesse der Heimatredaktionen oft auf ein Land des Berichtsgebiets, das häufiger einen Platz in der Berichterstattung findet als andere. Häufig zeigt sich diese Priorisierung bereits in der Wahl des Standortes für das Auslandsstudio.

Berichterstattungsgebiete, die ein kleines Gebiet umfassen

„Auf die Frage nach der Themenwahl fallen vielfach Aussagen wie »Das diktiert einfach die Aktualität«²²

Dadurch, dass ein Auslandsstudio lediglich für ein Land zuständig ist, ist eine regelmäßige Berichterstattung aus diesem Gebiet vorausgesetzt. Die Korrespondenten können sich auf die Geschehnisse in einem Land konzentrieren und erlangen durch ihren ständigen Aufenthalt viel leichter einen Einblick in Kultur und soziale Gewohnheiten in ihrem Berichterstattungsgebiet. Aber auch sie müssen der Herausforderung gewachsen

22 Majchrzak (2008), S.170

sein, sich auf eine fremde Kultur einzulassen, um eine authentische Berichterstattung gewährleisten zu können. Ein Problem, das sich bei diesen Auslandskorrespondenten früher einstellt, ist die Schwierigkeit, nach einiger Zeit die für eine möglichst objektive Berichterstattung erforderliche nötige Distanz zu wahren. Die geringere Notwendigkeit, viel zu reisen, hat außerdem zur Folge, dass diese Korrespondenten eher dazu neigen, sesshaft zu werden, was die Gefahr der Beschränkung auf nur ein Teilgebiet des ganzen Landes, nämlich den Standort des Auslandstudios, zur Folge hat.

Zwischen Auslandsstudio und Heimatredaktion besteht ein reger Kontakt, Themen aus diesen Berichterstattungsgebieten sind regelmäßig Teil der aktuellen Nachrichtenlage. Allerdings beschränkt sich die Nachfrage häufig auf spezielle Inhalte, was das Themenspektrum wiederum sehr stark eingrenzt. Den Auslandskorrespondenten bietet sich folglich eher selten die Möglichkeit, eigene Themen zu recherchieren und den Heimatredaktionen vorzuschlagen. Neben dem eingeschränkten Interesse der Heimatredaktion, fehlt zudem die Zeit, da die stetige Nachfrage nach Berichten aus diesen Gebieten den Arbeitsalltag der Korrespondenten bestimmt. Die gefragten Berichte befassen sich dabei hauptsächlich mit politischen oder wirtschaftlichen Themen, aber auch Sportbeiträge haben einen hohen Nachrichtenwert. Da die Meldungen nicht ereignisabhängig sind, sondern sich an bestimmten Themenschwerpunkten orientieren, muss bei der Charakterisierung der kleinen Berichterstattungsgebiete genauer differenziert werden. So steht das Auslandsstudio in Brüssel hauptsächlich für die EU-Politik, der Korrespondent in Italien berichtet neben politischen und wirtschaftlichen Themen häufig über die Geschehnisse im Vatikan, während aus dem britischen Berichterstattungsgebiet ein Schwerpunkt auf der Berichterstattung aus dem Königshaus liegt. Neben dem Standort in Brüssel, dem aufgrund der zunehmenden Bedeutung der EU für Deutschland fast schon ein innenpolitischer Status zugesprochen wird, spielen auch die Auslandsstudios in den USA und Israel eine wichtige Rolle in der deutschen Berichterstattung. Das große Interesse an der US-amerikanischen Politik ist ungebrochen und bestimmt die Arbeit der Korrespondenten in den USA. Die Auslandsstudios in Tel Aviv dagegen haben ihre Daseinsberechtigungen aufgrund des anhaltenden Konfliktes zwischen Israelis und Palästinensern und berichten regelmäßig über dessen neue Entwicklungen.

Eher selten haben die Auslandskorrespondenten der kleinen Berichtsgebiete die Gelegenheit, dem Zuschauer andere Seiten der Region zu zeigen. Die Thematisierung ungewöhnter Inhalte beschränkt sich hauptsächlich auf die mittel- oder langfristige Berichterstattung. So müssen auch sie mit der Problematik der stereotypen Darstellung

umgehen. Länder, die zu einem kleinen Berichterstattungsgebiet gehören, sind somit zwar häufig in der Berichterstattung vertreten, doch die Themen variieren selten.

Angesichts dieser Präsenz ergibt sich eine weitere Schwierigkeit für die Auslandskorrespondenten: Heimatredaktionen wie auch Rezipienten fällt es leichter, sich über diese Länder eine Meinung zu bilden, da Hintergründe bekannt und fester Bestandteil des Allgemeinwissens sind. Berichte, die nicht konform mit dieser allgemein geltenden Auffassung gehen, haben es schwerer, einen Platz in der Berichterstattung zu finden. Auch wenn alle Auslandskorrespondenten von den Heimatredaktionen als Experte für ihr Berichterstattungsgebiet angesehen und geachtet werden, kann es vorkommen, dass Auslandskorrespondenten von kleinen Berichterstattungsgebieten ihre Sichtweise rechtfertigen müssen.

Nicht das fehlende Interesse an dem Berichterstattungsgebiet wird von den Auslandskorrespondenten kritisiert, sondern die wenigen Möglichkeiten, der häufigen Berichterstattung durch eine möglichst große Themenvielfalt gerecht zu werden.

In kleinen Berichterstattungsgebieten ist die Beeinflussung durch Nachrichtenagenturen ebenfalls gegeben. Je nach Nachfragehöhe der Heimatredaktionen werden die Informationen der Nachrichtenagenturen eigener Recherche vorgezogen, um zeitliche Engpässe zu vermeiden. Bilder und Informationen werden von den Auslandskorrespondenten verglichen und überprüft, bevor sie weiterverarbeitet und mit einem Kommentar versehen werden. Während dieser Ablauf in den meisten kleinen Berichterstattungsgebieten vor allem in Ausnahmesituationen zum Tragen kommt, gehört er in den US-amerikanischen Auslandsstudios zum Alltag. Das hohe Interesse der Heimatredaktionen an Nachrichten aus den USA haben geringe Recherchemöglichkeiten für die Auslandskorrespondenten zur Folge. Ein ausgebildeter Medienapparat sowie die nötigsten informationspolitischen Rahmenbedingungen sind ebenfalls Attribute, die mit einem kleinen Berichterstattungsgebiet beinahe schon selbstverständlich einhergehen und den Auslandskorrespondenten eine funktionierende Quellenbasis für ihre Berichterstattung bieten. Dabei besteht aber gerade für die Auslandskorrespondenten in den kleinen Berichterstattungsgebieten die Gefahr, dass sich „die Bandbreite der erhältlichen Nachrichten“ lediglich auf „einige wenige Quellen zurückführen“ lässt.²³

23 Vgl. Dreßler (2008), S.130

2.2.2 Vor-Ort-Berichterstattung – Das Alleinstellungsmerkmal der Auslandskorrespondenten

„Zwar ist Journalismus per se auf das Neue abonniert, dennoch entsteht dieses Neue kaum aus dem Nichts: Etwas auf sich wirken zu lassen verbindet den Korrespondenten mit seiner Umwelt.“²⁴

Die Präsenz vor Ort ist das Alleinstellungsmerkmal der Auslandskorrespondenten und ermöglicht den öffentlich-rechtlichen Sendern eine Berichterstattung, die von einem entfernten Standpunkt aus nicht möglich wäre.

Dieses Alleinstellungsmerkmal ist dabei nicht nur gekennzeichnet durch die Möglichkeit, bei akuten Ereignissen am Ort des Geschehens sein zu können und als Journalist selber die besten Bilder und Stimmen für die Berichterstattung zu bestimmen. Es ist vielmehr die durchgehende Präsenz, die eine authentische und qualitative Berichterstattung ermöglicht. Die Auslandskorrespondenten sind vertraut mit dem Geschehen und der Kultur in ihrem Berichterstattungsgebiet, sie erleben tagtäglich seine Menschen und länderspezifischen Abläufe und haben viele Gelegenheiten ein funktionierendes Netzwerk zu pflegen. Auf diesen Vorteilen basierend können sie Informationen besser einordnen, Veränderungen frühzeitig wahrnehmen und aussagekräftige Themen auswählen. Es ist ihre Aufgabe, die verschiedenen Eindrücke zu kontextualisieren und den Rezipienten durch die Berichterstattung zu vermitteln. Dieses Kontextwissen spielt vor allem bei unvorhergesehenen Ereignissen, die keine Vorbereitung zulassen, eine wichtige Rolle. Lediglich eine Adaption von Informationen aus einer fremden Kultur in die deutsche genügt da nicht. Kulturelle Einordnung kann nur geleistet werden, wenn man direkt vor Ort ist und beide Kulturen kennt.

Der gewohnte Umgang mit den informationspolitischen Rahmenbedingungen und der allgemeinen Kommunikationskultur der einzelnen Länder hilft den Auslandskorrespondenten bei der Einholung und Interpretation der Meldungen erheblich. Sie können Quellen besser einschätzen und demzufolge schneller über ihre Vertrauenswürdigkeit und Ergiebigkeit urteilen. Der Zugang zu offiziellen Quellen gestaltet sich in vielen Berichterstattungsgebieten als schwierig und es wird deutlich, dass Auslandskorrespondenten, „die in staatsdirigistischen Regimen tätig sind, die

²⁴ Zit. Sloterdijk in Dreßler (2008), S.80

Informationspolitik im Berichterstattungsgebiet am schlechtesten bewerten.“²⁵ Den Status, den Korrespondenten der öffentlich-rechtlichen Sender in ihrem eigenen Land genießen, kommt ihnen in ihren Berichterstattungsgebieten meist nicht zugute. Da ARD und ZDF nicht auf internationaler Ebene senden, ist ihr Bekanntheitsgrad im Ausland eher gering und der deutsche Zuschauer für die Quellen oft irrelevant. Eine besonders starke Beeinflussung ihrer Arbeit erfahren dabei die Auslandskorrespondenten, die in ihrem Berichterstattungsgebiet mit Einschränkungen der Pressefreiheit konfrontiert werden. Dies wirkt sich nicht nur auf die Informationsfindung aus, sondern kann auch direkten Einfluss auf die Arbeit der Korrespondenten haben, die durch erschwerte Drehgenehmigungen und Kontrolle des Materials in ihrer Berichterstattung behindert werden. Auch aus diesem Grund sind Kontakte zu inoffiziellen Quellen von großer Bedeutung. Der langfristige Aufenthalt der Auslandskorrespondenten in einem Gebiet erleichtert die Aufrechterhaltung des Quellennetzwerkes, was einer ausgewogenen Berichterstattung zugute kommt. Die genaue Kenntnis der Unterschiede in der jeweiligen Kommunikationskultur machen es dem Korrespondenten möglich, sie für den Rezipienten zu übersetzen und Verständigungsprobleme zwischen den Kulturen auszuschließen.

Neben den eigenen Recherchen bilden die Medien aus den Berichterstattungsgebieten eine der wichtigsten Quellen, die den Auslandskorrespondenten einen Überblick über die aktuelle Nachrichtenlage in den jeweiligen Ländern verschaffen und sowohl als Informationslieferant dienen als auch zur Ideenfindung zu Rate gezogen werden. Auch hier hilft der gewohnte Umgang, diese leichter einzuschätzen und eventuelle politische Orientierungen von Medienunternehmen auszumachen.

Die Auslandskorrespondenten arbeiten in ihren Berichterstattungsgebieten mit einem Netz von inländischen Kontaktpersonen, das sie sich im Laufe der Zeit aufbauen. Das sind zum einen Informanten, die hauptsächlich als Quelle dienen, sowie Fixer, die mit ihrer Länderkenntnis als Organisatoren und auch als Dolmetscher fungieren, und Stringer, die eine Mischung aus beiden darstellen und oft auch in der Position des Produzenten auftreten. Dass zu den festen Mitarbeitern der Auslandsstudios auch Einheimische zählen, unterstützt die Auslandskorrespondenten ebenfalls in ihrer Arbeit. Die festen Teams in den öffentlich-rechtlichen Studios bestehen neben Korrespondenten und Produzenten außerdem aus Kamera- und Tonleuten, Cuttern und weiteren Technikern sowie Bürohilfen, wobei das zahlenmäßige Verhältnis zwischen deutschen und einheimischen Mitarbeitern von Auslandsstudio zu Auslandsstudio variiert. In den

25 Hahn/Lönnendonker (2008), S.501

meisten Fällen ist die gemeinsame Sprache Englisch. Im Gegensatz zu den Auslandskorrespondenten müssen die Mitarbeiter den Standort nicht regelmäßig wechseln, was neue Korrespondenten unterstützt, da sie vor allem in der Anfangszeit von der vorhandenen Erfahrungen profitieren können.

Eine routinierte Zusammenarbeit mit ihren Kontaktpersonen ist für die Auslandskorrespondenten essentiell. Da von einheimischen Informanten nicht immer eine objektive Vermittlung erwartet werden kann, hilft den Auslandskorrespondenten Zeit und Erfahrung, diese kennenzulernen und richtig einschätzen zu können. Besonders wichtig ist dieses Vertrauensverhältnis, wenn mit Übersetzern gearbeitet werden muss. Gemeinsame Arbeitserfahrungen und die Kenntnis der jeweiligen Kommunikationskultur vereinfachen es zudem, eventuelle Fehlinterpretationen besser einschätzen und die Einstellung des Dolmetschers, die meist zwangsläufig in die Übersetzung mit einfließt, erkennen zu können.

Unabhängig vom Berichterstattungsgebiet sind die Auslandsstudios der öffentlich-rechtlichen Sender ähnlich ausgestattet. Den Auslandskorrespondenten und ihren Mitarbeitern stehen vom Drehequipment über den Schnittplatz bis zum Studio für Liveschaltungen alle technischen Voraussetzungen zur Verfügung, die eine von der Heimatredaktion autonome Fertigstellung der Berichte ermöglichen. Verschieden werden die Berichte über Satellitenanlagen, die sich ebenfalls im Haus befinden oder von nahegelegenen externen Firmen genutzt werden. Die Auslandsstudios befinden sich oft in der Nähe anderer Medienunternehmen, unter denen sich nicht selten auch Auslandsbüros anderer Sender befinden. Auch Standpunkte, die sich in direkter Nähe zu politischen oder wirtschaftlichen Zentren des Berichterstattungsgebiets befinden, sind keine Seltenheit und verdeutlichen die Ausrichtung der Auslandsberichterstattung.

Auch wenn sich in den Auslandsstudios vor allem an der aktuellen Nachrichtenlage orientiert wird, so ermöglicht gerade das „Vor-Ort-Sein“ den Korrespondenten die Entdeckung und Entwicklung von Themen, die unabhängig vom allgemeinen Nachrichtenkonsens entstehen. Die Aufmerksamkeit der Auslandskorrespondenten erlangen diese Themen durch die persönliche Gespräche, die Medien vor Ort und auf Recherchereisen. Eine Auswahl erfolgt durch das subjektive Empfinden des Korrespondenten und wird daraufhin der Heimatredaktion vorgeschlagen. Diesen Themen fehlt meist der Bezug zur aktuellen Nachrichtenlage und sie finden aus diesem Grund nur einen Platz in der mittel- oder langfristigen Berichterstattung. Es sind aber gerade diese Inhalte, die einen hohen Stellenwert bei den Auslandskorrespondenten haben, da sie, unabhängig von aktuellen Ereignissen, den Rezipienten eine neue

Perspektive auf das Berichterstattungsgebiet bieten. Da bei den öffentlich-rechtlichen Sendern großer Wert auf eine tiefgehende Auslandsberichterstattung gelegt wird, können solche Themen als Hintergrundbericht ihren Weg in die tägliche Berichterstattung finden, wenn sie einen Bezug zu aktuellen Nachrichten aufweisen, so nutzen afrikanische Auslandskorrespondenten beispielsweise Dienstreisen deutscher Politiker, um auf Geschehnisse in ihrem Berichterstattungsgebiet aufmerksam machen zu können. Die Berichte stellen dabei eine Momentaufnahme dar, die neben dem Interesse der Korrespondenten und ihren Auswahlkriterien auch vom Zufall bestimmt wird.

So wichtig die Erfahrungen des Korrespondenten vor Ort sind, so wichtig ist es dabei auch, die nötige Distanz zum Berichterstattungsgebiet zu wahren, um eine objektive Berichterstattung erstellen zu können. Die lange Verweildauer der Auslandskorrespondenten birgt allerdings die Gefahr in sich, dass sich irgendwann eine zu starke Identifizierung mit dem Berichterstattungsgebiet einstellt und die nötige Objektivität nicht mehr gewährleistet werden kann. Aus diesem Grund wechseln die Auslandskorrespondenten der öffentlich-rechtlichen Sender regelmäßig ihren Arbeitsplatz, wobei sowohl die Rückkehr nach Deutschland als auch der Übergang in ein anderes Berichterstattungsgebiet möglich sind. Einen kritischen Punkt stellt dabei die Berichterstattung aus Krisengebieten dar, in denen der Auslandskorrespondent, aufgrund der Gefahren, denen er sich aussetzt, leicht selbst zum Thema werden kann und so viel schneller die nötige Distanz verliert, um eine objektive Berichterstattung gewährleisten zu können. Neben der Distanz zum Berichterstattungsgebiet muss gleichermaßen die Nähe zu den Rezipienten erhalten bleiben. So gehört es auch zur Arbeit eines Auslandskorrespondenten, sich regelmäßig über die aktuelle Lage in Deutschland zu informieren, um den Zuschauern die Auslandsberichterstattung in einem für sie verständlichen Kontext präsentieren zu können.

2.2.3 Bezugsgruppen der Auslandskorrespondenten

„Gebunden an Wünsche und Vorgaben [...] können Auslandskorrespondenten eigentlich kaum jemals so unabhängig sein, wie es das Klischee des rastlosen Reporters suggeriert.“²⁶

Die Arbeit der Auslandskorrespondenten wird vor allem durch die Beziehung zu drei

²⁶ Nitz (2008), S.514

Gruppen geprägt: Die Rezipienten, sie stehen als Endverbraucher der Auslandsnachrichten an erster Stelle, sowie die Heimatredaktionen, die stellvertretend für die Sender stehen und als Bindeglied zwischen Zuschauern und Auslandskorrespondenten auftreten, sind feste Bestandteile der Korrespondentenarbeit. Die Nachrichtenagenturen dienen als Informationsquelle und haben als Nachrichten-Großhändler²⁷ großen Einfluss auf den internationalen Nachrichtenfluss und damit auch auf die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten.

Die Auslandskorrespondenten dürfen ihre Rezipienten nicht aus den Augen verlieren, die für sie gleichzeitig Arbeitsgrund als auch Ansatzpunkt für die Berichterstattung darstellen. Die Korrespondenten treten für die Sender als „Vermittler von Weltgeschehen“²⁸ auf, die die Aufgabe haben, „die Rezipienten in ihrem Lebenskontext abzuholen und zu den Ereignissen in der Welt zu begleiten“²⁹, was bedeutet, dass sie beim Erstellen ihrer Berichte den Wissensstand der Rezipienten beachten müssen. Dies ermöglicht die Einordnung in den aktuellen Nachrichtenkontext oder auch den Bezug zu vergangenen Ereignissen. Da das öffentlich-rechtliche Programm „nahezu die gesamte Bevölkerung“³⁰ erreicht und demzufolge auch eine gesamtdeutsche Öffentlichkeit ansprechen soll, muss der Berichterstattung das Ziel einer breiten Verständlichkeit zugrunde gelegt werden. Der Kenntnisstand der Rezipienten über die verschiedenen Berichterstattungsgebiete weist eine große Spannweite auf, die die Auslandskorrespondenten bei ihrer Berichterstattung beachten müssen und die dazu führen kann, dass ein Beitrag erneute Erklärungen über Umstände und Hintergründe erfordert, was wiederum zu einer verkürzten Darstellung der eigentlichen Nachricht führt.

Die Heimatredaktion tritt gegenüber dem Auslandskorrespondenten als Vermittler der Rezipientennachfrage auf und fordert in seinen Berichten aus diesem Grund nicht selten die Erfüllung von Klischees, „in denen sein Publikum denkt und die seine Heimatredaktion erfüllt sehen möchte“³¹. Diese Nachfrage verstärkt die Einseitigkeit der Berichterstattung. Ungewohnte Perspektiven und neue Themen lassen nicht selten Differenzen zwischen Auslandskorrespondenten und ihren Heimatredaktionen entstehen. Vor allem, wenn es sich um ein Land handelt, das regelmäßig in der Berichterstattung vorkommt und somit auch die Heimatredaktionen mit der Thematik vertraut sind und

27 Vgl. Mücke (2009) S.34

28 Dreßler (2008), S.132

29 Ebd.

30 BverfG (Urteil v. 04.11.1986), II.C.I.3.

31 Lottritz (2008), S.214

konkretere Vorstellungen von der Berichterstattung haben. Die konkreten thematischen Anfragen der Heimatredaktionen beziehen sich meist auf die tägliche Berichterstattung, die Häufigkeit der Kontaktaufnahme hängt also stark von der aktuellen Nachrichtenlage ab und demzufolge im weiteren Sinne auch mit dem jeweiligen Berichterstattungsgebiet des Auslandskorrespondenten. Im Krisenfall wird der Austausch intensiviert, was durch neue Kommunikationstechnologien erleichtert und beschleunigt wurde, gleichzeitig aber auch den Zeitdruck auf die Auslandskorrespondenten erhöht und eine höhere Flexibilität von ihnen fordert. Grundsätzlich besteht ein enger Kontakt zwischen jedem Korrespondent und seiner Redaktion, der regelmäßig gepflegt wird. Themenauswahl und Umsetzung werden gemeinsam erarbeitet, als Vertretung des Senders haben die Heimatredaktionen allerdings das letzte Wort. Sie koordinieren und redigieren die Beiträge der Auslandskorrespondenten und bestimmen die ökonomischen Faktoren. „Dieses Dazwischen von Berichterstattungsgebiet und dem auftraggebenden Medium formt den tatsächlichen Aktionsraum [des Auslandskorrespondenten] aus. Dabei im Mittelpunkt: das Bemühen, die Verständlichkeit und damit die Rückbindung der Berichterstatte an ihre ursprüngliche Sphäre zu gewährleisten.“³²

Der Expertenstatus für ihr Berichterstattungsgebiet, den sie auch gegenüber den Heimatredaktionen innehaben, ist sicherlich einer der Gründe für die breite Akzeptanz der Nachrichtenagenturen unter den Auslandskorrespondenten. Die Agenturen liefern häufig die ersten Informationen von aktuellen Ereignissen, in den Auslandsstudios werden die Newsticker der Agenturen ständig im Auge behalten. Vor allem in großen Berichterstattungsgebieten kann das den Aufwand der Auslandskorrespondenten erheblich verringern. Die Inhalte werden allerdings nicht als ausreichend angesehen und durch die Arbeit der Korrespondenten erst komplementiert: Sie überprüfen die Informationen, recherchieren Hintergründe und bringen die Nachrichten für die Rezipienten in einen Kontext.

Stark kritisiert wird allerdings die starke Orientierungsfunktion zur aktuellen Nachrichtenlage, die die Nachrichtenagenturen innehaben und die in den Heimatredaktionen sehr präsent ist. Die Redaktionen sind ebenso schnell wie ihre Auslandskorrespondenten über aktuelle Ereignisse informiert und stellen entsprechende Anfragen an die Korrespondenten anstatt Themenvorschläge abzuwarten.

32 Dreßler (2008), S.111

2.2.4 Selbstwahrnehmung der Auslandskorrespondenten

„Ein Teil der Tatsache, dass wir fremde Menschen in fremde Länder schicken [hat] sicher damit zu tun, dass wir jemanden brauchen, der mit unseren Vorurteilen, mit unserem Verständnis behaftet [...] in die Welt geht, aber aufgrund seines Handwerkzeugs in der Lage ist, das zu abstrahieren.“³³

Die Auslandskorrespondenten sehen sich selbst als Vermittler der Kulturen, deren Aufgabe nur ausreichend bewältigt werden kann, wenn das journalistischen Handwerk beherrscht wird. Sie beherrschen die nötigen Grundlagen, um die Kultur ihres Berichterstattungsgebiets zu übersetzen, sie zu kontextualisieren und dem Rezipienten verständlich zu machen. Das Eigenverständnis ist dabei auch stark von Moral und journalistischer Arbeitsethik geprägt. Die Auslandskorrespondenten sind sich der Verantwortung bewusst, die mit ihrer Aufgabe einher geht, und bemühen sich, den Rezipienten ein authentisches Bild der verschiedenen Länder zu präsentieren. Dabei sind sie sich bewusst, dass eine absolute Darstellung der Wirklichkeit nicht möglich ist und ihre Berichterstattung durch die vorgestellten Faktoren beeinflusst wird. Die Auslandskorrespondenten sehen ihre Leistung hingegen im Beitrag zur Völkerverständigung, der gerade im Zeitalter der Globalisierung an Bedeutung gewinnt.

2.3 Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen

Zu Beginn der internationalen Korrespondentennetze versorgten die Auslandskorrespondenten vor allem die täglichen Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen Programme, die *Tagesschau* der ARD und die *heute*-Sendung des ZDF, mit Berichten aus aller Welt. Diese Nachrichtensendungen lassen allerdings nur Raum für kurzfristige Berichterstattung in der tagesaktuelle Ereignisse dominieren und reichten bald nicht mehr aus, um die vielfältigen Themen der Auslandskorrespondenten unterzubringen. Die wachsende Bedeutung des Weltgeschehens verlangte außerdem nach einer komplexeren Berichterstattung. So erhielten die Korrespondenten ihre eigenen Magazine, die ihnen ermöglichen sollten, auf der Ebene der mittelfristigen Berichterstattung ausführlicher über Hintergründe zu berichten. Die Sender wurden damit nicht nur der Globalisierung gerecht, sondern erzielten auch einen höheren Nutzen aus

³³ Dreßler (2008), S.114f

dem doch recht kostenintensiven³⁴ Auslandskorrespondentennetz. Seit ihrem Start bilden der *Weltspiegel* der ARD als auch das *auslandsjournal* des ZDF eine Konstante im Fernsehprogramm der öffentlich-rechtlichen Sender.

Aufgrund der stetig wachsenden Bedeutung der EU wurden in den 90er Jahren außerdem Sendungen ins Programm aufgenommen, die sich speziell mit Europa und der Europäischen Union beschäftigen. So bieten unter anderem das *Europamagazin* der ARD und *heute in Europa* im ZDF den Korrespondenten in Europa eine weitere Plattform zur Verbreitung ihrer Berichte und unterstreichen das Interesse der Heimatredaktionen an Nachrichten aus den europäischen Ländern. Neben den regelmäßigen Sendungen werden den Auslandskorrespondenten auch in Form von Magazinbeiträgen und Sondersendungen zu aktuellen Themen sowie auf der Ebene der langfristigen Berichterstattung in Reportagen und Dokumentationen Möglichkeiten gegeben, die Zuschauer mit ihren Themen zu erreichen. Auch die dritten Programmen und das ARD-Mitglied Deutsche Welle profitieren, genauso wie die Sender Phoenix, ARTE und 3sat, die in Kooperation mit den öffentlich-rechtlichen Sendern betrieben werden, von dem großen Korrespondentennetz.

Zusätzlich nutzen ARD und ZDF ebenfalls ihre Internetpräsenzen, um programmbegleitende Berichterstattung zu publizieren und den Rezipienten auf diese Weise auch online über Auslandsthemen informieren zu können. So wird mittlerweile vor allem im öffentlich-rechtlichen Programm eine große formelle Vielfalt der Auslandsberichterstattung geboten.

Konzentriert wird sich im weiteren Verlauf auf die Darstellung der täglichen Nachrichtensendungen sowie der wöchentlichen Berichterstattung in Form der beiden Auslandsmagazine. Sie verkörpern die kurz- sowie mittelfristigen Leistungen der Auslandskorrespondenten und zählen zu den etabliertesten Formaten der Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. So waren sie bereits Gegenstand von Forschungen, deren Ergebnisse bei der Gegenüberstellung der beiden öffentlich-rechtlichen Formate in diesem Kapitel herangezogen werden. Neben den Forschungserkenntnissen werden dabei ebenfalls die Ansprüche und Ziele der Sender miteinbezogen, an denen ihre Auslandsberichterstattung ausgerichtet ist, um aufzuzeigen, was bei der Berichterstattung tatsächlich geleistet werden kann und wo ihre Defizite liegen. Bevor in Kapitel 2.3.5 näher auf die Faktoren eingegangen wird, die die Rezeption der Nachrichten aus dem Ausland erheblich mitbestimmen, wird die rechtliche Grundlage in Form des Grundversorgungsauftrags bestimmt und in Zusammenhang mit

34 Vgl. Meckel (1998), S.270

der momentanen wirtschaftlichen Lage des Nachrichtenmarktes gebracht.

Auf die Onlineverwertung der Auslandsberichterstattung innerhalb der sendereigenen Internetpräsenzen und deren rechtlicher Grundlage wird eingegangen, um die Möglichkeiten im Internet zu verdeutlichen. Hier stehen die einzelnen Präsentationsformen im Vordergrund, die durch Recherchen auf beiden Internetseiten zusammengestellt wurden.

2.3.1 Auslandsnachrichten in der täglichen Berichterstattung

Die *Tagesschau* wie auch *heute* wurden gleichzeitig mit dem Sendebetriebs von ARD und ZDF aufgenommen. Die *Tagesschau* hatte ihre Premiere an Weihnachten 1952, damals noch als Projekt des ARD-Senders des Nordwestdeutschen Rundfunks, zehn Jahre später folgte dann das ZDF mit der *heute*-Sendung. Am Anfang wurden die Nachrichten noch gänzlich aus Fremdmaterial zusammengestellt, bis schließlich der Aufbau eigener Korrespondentennetze im In- und Ausland begann, die den Grundstein für eine eigenständige Berichterstattung legten.³⁵

Mittlerweile beschränken sich die beiden öffentlich-rechtlichen Sender längst nicht mehr auf die Ausstrahlung einer einzigen Nachrichtensendung täglich. Über den gesamten Tag verteilt werden mehrere Ausgaben der *Tagesschau*- und *heute*-Sendungen gezeigt, die in regelmäßigen Abständen über die aktuelle Nachrichtenlage informieren. ARD und ZDF folgen dabei einem ähnlichen Schema: Bei beiden Sendern bilden die Abendnachrichten, die beim ZDF um 19 Uhr und bei der ARD um 20 Uhr erfolgen, die Hauptausgabe, die den „Tag so genau und umfangreich wie möglich“³⁶ abbilden soll. Das später am Abend folgende *heute-journal* sowie das Äquivalent der ARD in Form der *Tagesthemen* zeigen hingegen „ergänzende Informationen zu den tagesaktuellen Ereignissen“³⁷, die „Zusammenhänge und Hintergründe“³⁸ beinhalten.

Neben den *heute*-Sendungen, *heute-journal* und *heute nacht* zeichnen die Nachrichtenredaktionen des ZDF mit ihrem Sitz in Mainz außerdem für das täglich erscheinende *heute in Europa* und das *Wochenjournal* verantwortlich. Die *Tagesschau* - Redaktion befindet sich in Hamburg und ist unter dem Namen ARD-aktuell als zentrale Nachrichtenredaktion der ARD tätig. Neben *Tagesschau*, den *Tagesthemen* und dem *Nachtmagazin* produzieren sie auch den *Wochenspiegel*.

³⁵ Vgl. ARD: *intern.tagesschau.de/Sendungen, Tagesschau* (2011)

³⁶ Zit. Ursula Thiele in *heute plus* vom 12.10.11

³⁷ ARD: *intern.tagesschau.de/Sendungen, Tagesthemen* (2011)

³⁸ Ebd.

Wochenspiegel und *Wochenjournal* fassen die Tagesnachrichten der vorangegangenen Woche zusammen und sind aus diesem Grund ebenfalls zur täglichen Berichterstattung zu zählen.

Die täglichen Nachrichtensendungen reagieren mit ihren Inhalten auf die aktuelle Nachrichtenlage. Die Auslandskorrespondenten müssen dementsprechend eine kurzfristige Berichterstattung leisten. Es wird versucht, die absehbaren Themen der Sendungen schon einige Tage im Voraus festzulegen³⁹, was gerade den oft aufwendigen Drehplanungen der Auslandskorrespondenten entgegen kommt. Auf aktuelle Ereignisse muss dennoch schnell reagiert werden und so kann es vorkommen, dass Berichte erst am selben Tag bei den Korrespondenten angefragt werden, wenn die Nachrichtenlage es erfordert.

Nicht alle Beiträge, die Auslandsthemen behandeln, sind dabei von den sendereigenen Auslandskorrespondenten erstellt worden. Die Heimatredaktion übernimmt einen Großteil des Materials von Nachrichtenagenturen oder auch ausländischen Fernsehsendern.⁴⁰ Dies geschieht vor allem dann, wenn der zeitliche oder finanzielle Aufwand für die Herstellung von Eigenmaterial als zu hoch angesehen wird oder wenn es sich um Nachrichten aus Krisengebieten handelt, in denen ein Dreh aus Sicherheitsgründen nicht stattfindet. Die Auslandskorrespondenten übernehmen in diesem Fall Prüfung, Verifizierung und eventuell Ergänzung der Nachrichten auf Grundlage ihres Erfahrungs- und Wissensstandes, so dass auch sie an der letztendlichen Berichterstattung mitgewirkt haben. Fremdes Material wird vor allem in den kurzen NiFs („Nachricht im Film“) genutzt. Die längeren Bildbeiträge, die ebenfalls ein Bestandteil aller Ausgaben der öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen sind, stammen dahingegen immer von den eigenen Korrespondenten. Die ausführlicheren Ausgaben *Tagesthemen* und *heute-journal* haben zusätzlich Beiträge in der Sendung, die tagesaktuelle Themen aus einem bestimmten Blickwinkel aufzeigen und den Auslandskorrespondenten Hintergrundberichterstattung ermöglichen. Neben den üblichen NiFs und Wortmeldungen bieten sie außerdem Platz für Kommentare, Interviews und Expertengespräche. Direktgespräche mit Auslandskorrespondenten fungieren dabei als Ergänzung zu einem vorangegangenen Bericht und erfolgen dann, wenn zu einem fortlaufenden Ereignis ein aktueller Stand mitgeteilt werden kann und sie „eine Einschätzung der Lage geben, die über die reine Faktenvermittlung hinausgeht“⁴¹ Vor allem durch diese Live-Schaltungen wird den

39 Vgl. ARD: *intern.tagesschau.de/Fragen: Wie schafft es die Tagesschau, zu fast allen Ereignissen Berichte zu liefern?*

40 Vgl. Topf (2003), S.53

41 NDR: *ARD-aktuell - „Tagesschau“ & Co* (2011)

Zuschauern die Präsenz der Auslandskorrespondenten vor Ort deutlich gemacht. Obwohl die Heimatredaktionen Zugriff auf eine große Menge von Fremdmaterial haben, stellen die eigenen Korrespondenten die wichtigste Informationsquelle für die öffentlich-rechtlichen Sender dar und die eigenproduzierten Berichte bilden einen wichtigen Bestandteil der Sendung, durch die ebenfalls eine Abgrenzung zur Konkurrenz erreicht wird. Da das Fremdmaterial auch für andere Sender zugänglich ist, „schärfen [Korrespondentenbeiträge] das Profil des Senders und zeigen Präsenz bei aktuellen Ereignissen“⁴².⁴³

Welche Ereignisse den Weg in die Nachrichtensendungen finden, wird von den jeweiligen Redaktionen festgelegt. Anhand des Nachrichtenwertes der einzelnen Meldungen werden außerdem Länge und Reihenfolge der Beiträge bestimmt. Die ARD nennt „Relevanz, Neuigkeitswert und vermutliches Zuschauerinteresse“⁴⁴ als Kriterien für diese Auswahl, die von Heimatredakteuren auf Grundlage ihrer „Ausbildung, Sachkenntnis und [...] Hintergrundwissen“⁴⁵ getroffen wird. Ob es sich um Nachrichten aus dem Inland oder dem Ausland handelt, spielt bei Auswahl und Gewichtung dagegen keine übergeordnete Rolle. Beide öffentlich-rechtlichen Sender weisen auf die Relevanz von internationalen Nachrichten hin und anhand der aktuellen Nachrichtenlage werden so die inhaltlichen Schwerpunkte jeden Tag aufs Neue festgelegt.⁴⁶

2.3.2 Weltspiegel und auslandsjournal – wöchentliche Auslandsnachrichten

Zwar wird den Auslandskorrespondenten in den ausführlicheren Spätausgaben der Nachrichtensendungen die Möglichkeit gegeben, über Hintergründe aufzuklären, allerdings finden viele Auslandsnachrichten aufgrund fehlender Relevanz für Deutschland und fehlendem Bezug zu aktuellen Ereignissen erst gar keinen Platz in den täglichen Sendungen. Dies führt dazu, dass ganze Berichterstattungsgebiete aus der täglichen Berichterstattung ausgeschlossen sind. Gerade für diese Korrespondenten bieten die wöchentlichen Auslandsmagazine von ARD und ZDF die Möglichkeit, regelmäßig über ihr Gebiet zu berichten und den öffentlich-rechtlichen Sendern die Mittel eine globale Berichterstattung anzubieten, um ihrem Auftrag „einen umfassenden Überblick über das

42 Topf (2003), S.54

43 Vgl. ARD: *intern.tagesschau.de* (2011)
heute plus

44 ARD: *intern.tagesschau.de/fragen*, Welche Meldungen werden gesendet? (2011)

45 Ebd.

46 Vgl. ARD: *intern.tagesschau.de/fragen* (2011)
heute plus vom 21.09.11 und 05.10.11

internationale [...] Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben“⁴⁷, gerecht zu werden. Die Themenauswahl erfolgt unabhängig von der aktuellen Nachrichtenlage, was den Auslandskorrespondenten die Möglichkeit gibt, eigene Themen vorzuschlagen und auf der Ebene der mittelfristigen Berichterstattung durch ausgedehntere Recherchen Hintergründe eingehend darzustellen.

Im April 1963 geht die erste Ausgabe des *Weltspiegels* auf Sendung.⁴⁸ Das Magazin ist der Vorreiter der Auslandssendungen und hat bis heute seinen wöchentlichen Sendeplatz in der ARD inne. Lange Zeit galt der *Weltspiegel* als Synonym für das „Fenster zur Welt“ im deutschen Fernsehen und konnte in den 80er Jahre ein bisheriges Maximum von fast 7 Millionen Zuschauern⁴⁹ erreichen. Zunächst wird die Sendung vom NDR und WDR produziert, später kommen BR und SWR hinzu, so dass das Magazin nunmehr von vier ARD-Rundfunkanstalten im Wechsel hergestellt wird.⁵⁰

Im Jahr 1970 folgt mit der *Ortszeit* das erste Auslandsmagazin des ZDF. Nach drei Jahren wird die Sendung durch das *auslandsjournal* ersetzt, welches bis heute im Programm des ZDF erhalten geblieben ist.⁵¹

Die Popularität der Sendungen trug auch zum steigenden Bekanntheitsgrad berühmter Auslandskorrespondenten wie Peter Scholl-Latour oder Fritz Pleitgen bei, die ebenfalls ihre Perspektiven in die Auslandsberichterstattung brachten. Da sich die Themenauswahl nicht an der aktuellen Nachrichtenlage orientiert, sind die Auslandskorrespondenten frei von den Einflüssen der Nachrichtenagenturen und zu einem großen Teil auch frei von den Einflüssen der Heimatredaktionen. Die Korrespondenten treten mit eigenen Vorschlägen an die Redaktion heran und wählen Themen, auf die sie vor Ort aufmerksam geworden sind. So bieten die Auslandsmagazine Berichte aus Ländern, die selten in den täglichen Nachrichten genannt werden, oder thematisieren Geschehnisse abseits der üblichen Nachrichteninhalte aus hochfrequentierten Ländern. Aber auch Hintergrundberichte über aktuelle Ereignisse, die über die Beiträge in den täglichen Nachrichtensendungen hinausgehen, sind Teil der öffentlich-rechtlichen Magazine und dienen nicht selten als Aufmacher der Sendungen, um die Aufmerksamkeit der Zuschauer zu erlangen. Großer Wert wird außerdem darauf gelegt, dass positive Nachrichten in den Sendungen enthalten sind, um dem Negativtrend der aktuellen Berichterstattung etwas entgegenzusetzen.

47 *Rundfunkstaatsvertrag*, §11, Abs.1

48 Vgl. ARD: *Weltspiegel, Geschichte* (2011)

49 Vgl. Breckl (2006), S.25

50 Vgl. ARD: *Weltspiegel, Geschichte* (2011)

51 Vgl. Breckl (2006), S.93

Das Magazinformat ermöglicht nicht nur die Zusammenstellung vielfältiger Themen, sondern erlaubt den Auslandskorrespondenten auch die unterschiedlichsten journalistischen Darstellungsformen zu nutzen, um z.B. mithilfe eines Portraits oder eines Selbsterfahrungsberichts den Zuschauern Hintergründe besser vermitteln zu können. Innerhalb einer Sendung präsentiert der Moderator drei bis sechs Beiträge, was neben den unterschiedlichen Interessengebieten der Rezipienten zusätzlich die „zappenden“ Zuschauer anspricht, da ein schneller Wechsel von Beiträgen versprochen wird, der zum Verweilen bewegt.

Trotz des rezipientenfreundlichen Formats sind die Zuschauerzahlen beider öffentlich-rechtlichen Auslandsmagazine seit Ende der 80er Jahre kontinuierlich gesunken. Entgegen der zunehmenden Bedeutung von Geschehnissen im Ausland für das Leben jedes einzelnen, haben die Flaggschiffe der öffentlich-rechtlichen Auslandsberichterstattung immer mehr Zuschauer verloren.

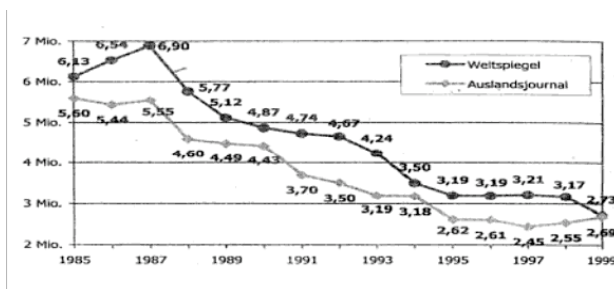


Abb.2 Akzeptanzentwicklung von *Weltspiegel* und *auslandsjournal* (1985 – 1999)⁵²

Das ZDF reagierte auf die sinkenden Quoten mit wiederholten Sendeplatzänderungen des *auslandsjournal*. Die aktuellste Verschiebung auf den wöchentlichen Sendeplatz nach dem *heute journal* lässt den hohen Stellenwert, den das Magazin im ZDF inne hat, erkennen, welcher dadurch begründet wird, dass „es umso wichtiger ist, genau zu wissen, was sich auf den anderen Kontinenten und in anderen Ländern abspielt. Und deshalb war es wichtig, für das *auslandsjournal* diesen doch sehr prominenten Sendeplatz zu finden.“⁵³

Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender verweisen immer wieder auf ihre Auslandsmagazine und die Relevanz ihrer ausführlichen Berichterstattung. ARD und ZDF sind die einzigen Sender, die sich einen regelmäßigen Programmplatz für die

⁵² Kretzschmar (2002), S.146

⁵³ Zit. Peter Frey in ZDF: *Pressemeldung vom 11.05.2011*

Auslandsberichterstattung leisten, deren Stellenwert lässt sich allerdings nicht mehr allein mit Zuschauerzahlen zwischen 5 und 7 Millionen rechtfertigen. Gerade das *auslandsjournal* hat mit den sinkenden Zuschauerzahlen zu kämpfen, während sich der *Weltspiegel* auf durchschnittliche 2,5 Millionen eingependelt hat.⁵⁴ Der Quotendruck gewinnt auch für die öffentlich-rechtlichen Sender immer mehr an Bedeutung und steht dem Auftrag einer „die Kulturen verbindenden Berichterstattung“⁵⁵, den diese Sendungen erfüllen, gegenüber.

2.3.3 Öffentlich-rechtliche Sender zwischen Grundversorgungsauftrag und Wirtschaftlichkeit

Das öffentlich-rechtliche Korrespondentennetz findet seine Berechtigung im Grundversorgungsauftrag, der 1986 im 4.Rundfunkurteil im Zuge des aufkommenden Privatfernsehens definiert wurde und „die essentiellen Funktionen des [öffentlich-rechtlichen] Rundfunks für die demokratische Ordnung ebenso wie für das kulturelle Leben in der Bundesrepublik“⁵⁶ umfasst und den öffentlich-rechtlichen Sendern eine „kulturelle Verantwortung“⁵⁷ zuteilt. Der Rundfunkstaatsvertrag bildet das rechtliche Fundament, der beiden Sender vorgibt

*„in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sie sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern.“*⁵⁸

ARD und ZDF kommen diesen Anforderungen durch die kontinuierliche Berichterstattung ihrer fest lokalisierten Korrespondenten nach und können zudem gewährleisten, dass die sendereigenen Auslandskorrespondenten die im Auftrag vorgegebenen „Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote“⁵⁹ berücksichtigen.

Im Vergleich zum privaten Rundfunk verfolgen die öffentlich-rechtlichen Sender keine kommerziellen Ziele. Die Finanzierung erfolgt durch Rundfunkgebühren, die durch die Gewährleistung der Grundversorgung gerechtfertigt wird⁶⁰, und die Erfüllung der

54 Vgl. Gerhard/Zubayr (2011), S.135, Abb.11

55 Zit. Neumann-Bechstein, Wolfgang in Topf (2003), S.43

56 BverfG (Urteil v. 04.11.1986), II.C.I.3.

57 Ebd.

58 Rundfunkstaatsvertrag, §11, Abs.1

59 Rundfunkstaatsvertrag, §11, Abs.2

60 Vgl. BverfG (Urteil v. 04.11.1986), II.C.I.3.

„technischen, organisatorischen, personellen und finanziellen Vorbedingungen“⁶¹ sicherstellen soll, somit also auch die hohen Kosten der Auslandskorrespondentennetze deckt. Diese gesetzlich festgelegte Finanzierung bedeutet allerdings nicht, dass in den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten die Grundsätze einer wirtschaftlichen Unternehmensführung außer Acht gelassen werden. Mit Beginn des dualen Rundfunksystems und dem damit einhergehenden wachsenden Konkurrenzdruck hat „Qualität“ als alleiniges Argument an Bedeutung verloren und die „Quote“ gewinnt an Einfluss auf das Kostenmanagement der öffentlich-rechtlichen Sender.⁶² Da die private Konkurrenz über keine oder nur sehr kleine feste Auslandskorrespondentennetze verfügt, wird der Auslandsberichterstattung auf diesen Sendern nicht sehr viel Zeit gewidmet und beschränkt sich hauptsächlich auf die täglichen Nachrichten. Dessen ungeachtet muss sich die öffentlich-rechtliche Auslandsberichterstattung ebenfalls an den Einschaltquoten messen lassen und in der Folge an die wandelnden Sehgewohnheiten der Zuschauer anpassen, um diese zu sichern. Die Auslandsberichterstattung gerät mehr und mehr unter ökonomischen Rechtfertigungsdruck. Dies führte zu einem Umgang mit der Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, der von den Auslandskorrespondenten beider Sender stark kritisiert wurde. Thematisiert wurden die zunehmende Boulevardisierung, abnehmende Platzierungen in der Hauptsendezeit und die Konzentration auf die „Krisen, Kriege, Katastrophen“, was vor allem für die mittel und langfristige Auslandsberichterstattung Nachteile mit sich brachte.⁶³ Die Reaktion des ehemaligen ZDF-Chefredakteurs Nikolaus Breder macht die Diskrepanz zwischen Heimatredaktionen und Auslandskorrespondenten deutlich: „Eine Auslandsberichterstattung, die nicht von vielen Zuschauern gesehen wird, verliert an öffentlich-rechtlichem Wert.“⁶⁴ Während der Korrespondent in erster Linie dem öffentlich-rechtlichen Auftrag und seinem Berichterstattungsgebiet gerecht werden möchte, bezieht die Heimatredaktion neben den Inhalten der Berichterstattung auch die Einschaltquoten in die Planungen mit ein.

Mehr noch als die Konkurrenz privater Sender führt die Beschleunigung der Nachrichtenwelt, gefördert durch neue Kommunikationstechnologien, nicht zuletzt auch durch das Internet, zu einem Medienmarkt, der die Information immer mehr zur Ware werden lässt, bei der der journalistische Aspekt in den Hintergrund gerät. Obwohl bei ARD und ZDF immer noch die Qualität und der Wahrheitsgehalt der Berichte im

61 Ebd.

62 Vgl. Müller/Schröder (2008), S.112

63 Vgl. Bouhs (2008), S.12

64 Mücke (2008), Vorwort von Dr. Thomas Leif

Vordergrund stehen, sind auch sie nicht geschützt vor dem „Wettlauf um das beste Bild, die Jagd nach dem ersten Bericht und die Frage, wer schaltet als Erster den Korrespondenten.“⁶⁵ Den Antrieb stellen in diesem Fall sowohl Einschaltquoten als auch das eigene Prestige dar. Die eigentliche Information kann dabei leicht in den Hintergrund geraten, was sich vor allem auf die kurzfristige Berichterstattung auswirkt. Mit der Nachrichtenmaschinerie geht ein Verantwortungsverlust der Auslandskorrespondenten gegenüber ihrer Beiträge einher.⁶⁶ Gefördert wird diese Entwicklung ebenfalls durch die marktorientierte Arbeit der Nachrichtenagenturen. Die Auslandskorrespondenten müssen auf die kontinuierlichen Aktualisierungen der Agenturen reagieren, die ebenfalls den Heimatredaktionen zugänglich sind, was den Druck zusätzlich erhöht. Nicht selten sind die Heimatredaktionen noch vor den Auslandskorrespondenten über Ereignisse in ihrem Berichterstattungsgebiet informiert und fordern Berichte ein, die kaum Zeit für Hintergrundrecherche lassen.

Weltweit haben sich drei große Nachrichtenagenturen durchgesetzt, auf die Medien international zur Informationsbeschaffung zurückgreifen: AFP (Agence France Presse), AP (Associated Presse) und Reuters stammen allesamt aus westlichen Industrieländern. Die Nachrichtenmarktdominanz dieser drei Agenturen hat nicht nur eine allgemeine Homogenisierung der Nachrichteninhalte zur Folge, sondern richtet sich in ihrer Auswahl außerdem nach westlichen Wertvorstellungen. Diese Ausrichtung sowie die Kontrolle der Informations- und Kommunikationstechnologien durch die westlichen Länder wurde von den Entwicklungsländern bereits Ende der 70er Jahre kritisiert und war Bestandteil der Diskussion zur *New World Information and Communication Order* im Rahmen der UNESCO-Debatten, deren Ergebnisse 1978 in der UNESCO-Mediendeklaration festgehalten wurden. Diese Deklaration teilt der Auslandsberichterstattung die Aufgabe der Völkerverständigung zu, die durch eine umfassende und ausgewogene Berichterstattung gewährleistet werden soll, und bildet damit einen bis heute anerkannten Grundsatz. Der einseitige Nachrichtenfluss zwischen Entwicklungs- und Industrienationen hat sich allerdings seitdem wenig verändert. Obwohl in allen Teilen der Welt neue Nachrichtenagenturen entstanden und an Einfluss gewonnen haben und das arabische *Al Jazeera* sich in die Riege der internationalen Leitmedien neben Sender wie CNN und BBC einreichte, haben sich die Machtverhältnisse kaum geändert und westliche Medienunternehmen dominieren noch immer den internationalen Nachrichtenmarkt, was zu Lasten der Entwicklungsländer geht.⁶⁷

65 Armbruster (2008), S.449

66 Vgl. Dreßler (2008), S.182

67 Vgl. Mücke (2009), S.33f

Auch ARD und ZDF richten ihre Berichterstattung hauptsächlich an den Informationen der etablierten Nachrichtenagenturen aus, was im Vergleich mit anderen westlichen Sendern und Leitmedien einen Konsens über die aktuellen Nachrichtenlage entstehen lässt. Die Öffentlich-rechtlichen Sender stellen dem die Qualitätssicherung durch die Berichterstattung ihrer Auslandskorrespondenten entgegen, die Hintergründe liefern und Ereignisse für den Rezipienten einordnen, um dem öffentlich-rechtlichen Auftrag gerecht zu werden, der die Grundsätze der UNESCO-Mediendeklaration weitestgehend abdeckt.⁶⁸

2.3.4 Präsentation der Fernsehberichterstattung im Internet

ARD und ZDF haben das Internet längst als einen wichtigen Bestandteil ihres Grundversorgungsauftrags entdeckt und somit wird auch auf den Internetpräsenzen der beiden öffentlich-rechtlichen Sender den Auslandskorrespondenten Platz für ihre Inhalte geboten. So sind neben den täglichen Nachrichtensendungen und den Auslandsmagazinen, auch ausführliche Dokumentationen, die sich mit Auslandsthemen befassen, in den sendereigenen Mediatheken abrufbar.⁶⁹ Die Hauptausgaben der Nachrichtensendungen und die Magazine werden für ein Jahr in den Mediatheken bereitgestellt, einige ausgewählte Dokumentationen mit zeitgeschichtlicher Bedeutung und Berichte werden allerdings auch über diesen Zeitrahmen hinaus angeboten. Generell sind Beiträge der verschiedenen Sendungen ebenfalls einzeln abrufbar, was gleichzeitig themenbezogene Zusammenstellungen und Verlinkungen erleichtert. Auf diese Weise ist es möglich, aktuelle Nachrichten mit vergangener Berichterstattung oder Beiträgen aus anderen Sendungen für die Rezipienten in einen Kontext zu bringen. Mit dieser Eigenschaft birgt das Internet einen großen Vorteil für eine umfassende Darstellung von Auslandsthemen, die den Rezipienten sowohl Hintergründe wie auch Ursachen aufzeigen kann.

Zusätzlich zu der Bereitstellung der regulären Fernsehsendungen werden auch von den Auslandskorrespondenten eigens für das Internet hergestellte Inhalte gezeigt.

So bietet die ARD Auslandsberichterstattung in Form von Videoblogs aus einzelnen Berichterstattungsgebieten. Von den 25 Auslandsstudios der ARD nutzen allerdings nur neun Studios diese Möglichkeit der Berichterstattung. Thematisch stehen dabei meist der

⁶⁸ Vgl. Topf (2003), S. 35f

⁶⁹ Vgl. ARD: Mediathek
ZDF: Mediathek

Alltag in den Berichterstattungsgebieten im Mittelpunkt der kurzen Videobeiträge. Bei der Hälfte der Blogs liegt der Fokus zudem deutlich auf der Stadt, in der sich das jeweilige Auslandsstudio befindet, was bereits durch eine Namensgebung wie „New York, New York“ oder „London Calling“ deutlich gekennzeichnet wird.⁷⁰ Die Vermittlung von kulturellen Hintergründen steht bei dieser Auslandsberichterstattung im Vordergrund, wobei zwei Videoblogs noch andere Funktionen zugeordnet werden können. So soll der von zwei Auslandsstudios betriebene Afrika-Blog vor allem aufzeigen, dass sich „der Kontinent nicht auf Kriege und Katastrophen reduzieren“⁷¹ lässt. Der Blog aus Israel dagegen liefert auch politische Hintergrundberichterstattung. Die Beleuchtung der „Konflikte und Widersprüche in Israel und den Palästinensergebieten“⁷² bildet auch im Videoblog einen wichtigen Punkt für den Auslandskorrespondenten in Jerusalem. Auf der Blog-Seite der *Tagesschau* wird den Auslandskorrespondenten der ARD ebenfalls die Möglichkeiten gegeben, den Rezipienten Inhalte aus ihrem Berichterstattungsgebiet näher zu bringen, im Gegensatz zu den Videoblogs erfolgt die Berichterstattung hier in Schriftform und die Nutzer können zudem mit Kommentaren auf die Inhalte reagieren.⁷³ Eine regelmäßige Nutzung durch die Korrespondenten kann allerdings nicht festgestellt werden.

Auch beim ZDF existiert eine sendereigene Blog-Seite⁷⁴, Auslandskorrespondenten kommen hier jedoch nicht zu Wort. Extra für die Internetpräsenz angefertigte Inhalte stellen dagegen die Videos dar, in denen die Korrespondenten ihr Berichterstattungsgebiet und typische Arbeitsabläufe vorstellen und den Nutzern so einen Einblick in die Entstehung der Auslandsberichterstattung gewähren.⁷⁵

Sowohl auf der Internetpräsenz der ARD als auch auf der des ZDF ist zudem eine interaktive Weltkarte enthalten, auf der die einzelnen Inhalte den entsprechenden Ländern zugeordnet werden und dem Nutzer neben den vorhandenen Beiträgen auch Informationen zu den einzelnen Auslandstudios und -korrespondenten und den entsprechenden Berichterstattungsgebieten dargeboten werden.⁷⁶

Den öffentlich-rechtlichen Sendern sind bei der Veröffentlichung von Inhalten auf ihren Internetpräsenzen allerdings Grenzen gesetzt, die auch das Depublizieren der

70 Vgl. ARD: *Videoblog* (2011)

71 Ebd. *Afrika, Afrika* (2011)

72 Ebd. *Zwischen Mittelmeer und Jordan* (2011)

73 Vgl. ARD: *blog.tagesschau.de* (2011)

74 Vgl. ZDF: *Blog* (2011)

75 Vgl. ZDF: *Die ZDF-Auslandskorrespondenten, Videos* (2011)

76 Vgl. ARD: *Tagesschau Nachrichten-Weltatlas* (2011)
ZDF: *Geothek* (2011)

Nachrichtensendungen und Auslandsmagazine nach einer festgelegten Verweildauer begründen. Mit dem Beschluss des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags gelten seit Juni 2009 Einschränkungen für den Onlineauftritt der öffentlich-rechtlichen Sender, um eine Wettbewerbsverzerrung auf dem deutschen Medienmarkt durch die gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Internetangebote zu verhindern⁷⁷. Für ARD und ZDF bedeutet das, dass Veröffentlichungen auf programmbezogene Inhalte beschränkt werden müssen, die sich zudem hauptsächlich der Darstellungsweise des ursprünglichen Mediums bedienen. Der Großteil der Berichterstattung sollte folglich aus Bewegtbildmaterial bestehen und keine „presseähnlichen“ Angebote beinhalten. Ferner ist für diese Inhalte eine Verweildauer von 7 Tagen vorgegeben. Ausnahmen, zu denen auch die Nachrichtensendungen und Auslandsmagazine zählen, müssen in einem Telemedienkonzept begründet werden und bleiben in der Folge für die Rezipienten für einen längeren Zeitraum abrufbar.⁷⁸ Die Telemedienkonzepte müssen dabei der Prüfung durch Gremien, bestehend aus den Rundfunkräten, standhalten und erfolgt mithilfe des Drei-Stufen-Tests. Dieser beinhaltet folgende Anforderungen an die Onlineangebote der öffentlich-rechtlichen Sender:

1. Inwieweit [entspricht] das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft
2. In welchem Umfang [wird] durch das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beigetragen
3. Welcher finanzielle Aufwand [ist] für das Angebot erforderlich.⁷⁹

Die von den Gremien getroffenen Aussagen sollen eine Online-Berichterstattung gewährleisten, die dem öffentlich-rechtlichen Auftrag sowie dem finanziellen Aufwand gerecht wird und einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb liefert, der andere Medienanbieter nicht vom Markt verdrängt. Vertreter dieser anderen Medien, zu denen neben den Privatsendern auch der Verband Deutscher Zeitungsverleger zählt, waren an der Diskussion um eine Neuregelung, die dem Rundfunkänderungsstaatsvertrag vorausging, maßgeblich beteiligt. Auslöser für die Änderungen war der *Beihilfekompromiss* mit der EU-Kommission, der eine Konkretisierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags, vor allem im Bereich des Onlineangebotes, voraussetzte, um die öffentliche Rundfunkfinanzierung der Sender mit dem europäischen Wettbewerbsrecht in Einklang zu bringen.⁸⁰ Trotz der Einigung

⁷⁷ Vgl. Polenz (2009)

⁷⁸ Vgl. NDR (Hrsg.) (2010), S.31f.
ZDF (Hrsg.) (2010), S.46f

⁷⁹ Peters (2009)

⁸⁰ Vgl. ebd.

wird die Diskussion zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern und den privaten Medienunternehmen fortgeführt, die ihr eigenes Onlineangebot durch das gebührenfinanzierte bedroht sehen. Kritik wird ebenfalls an dem aufwändigen und langwierigen Drei-Stufen-Test und an der Prüfung durch die internen öffentlich-rechtlichen Gremien geübt. Da vor allem die Anforderungen des Tests Raum für Interpretationen lassen, sind künftige Konkretisierungen, die die Möglichkeiten der öffentlich-rechtlichen Sender im Online-Wettbewerb weiter verändern, denkbar.

Der Stellenwert der Auslandsberichterstattung wird sowohl im Telemedienkonzept der ARD als auch beim ZDF betont⁸¹ und zeigt sich ebenfalls in der langen Verweildauer der Auslandsmagazine und entsprechender Dokumentationen. Besteht ein aktuelles Auslandsthema, was sich auf vergangene Ereignisse bezieht, können zudem themenbezogene Beiträge für den relevanten Zeitraum erneut veröffentlicht werden.

2.3.5 Beeinflussung der Rezeption von Auslandsnachrichten

Die große Reichweite der öffentlich-rechtlichen Sendungen bringt eine große Verantwortung für die Wirkungen auf die Rezipienten mit sich. Das Fernsehen kann die Realität nicht abbilden, sondern erzeugt eine Wirklichkeit, die das Bild der Rezipienten über andere Länder beeinflusst.⁸²

Nachfolgend soll aufgezeigt werden, wie die Rezipienten in der Wahrnehmung des Auslands beeinflusst werden. Es wird dargelegt, welche Wirkung von der Darstellungsform der Auslandsberichterstattung ausgeht und welche Einschränkungen bereits bei der inhaltlichen Selektion erfolgen. Zu diesem Zweck wird die tägliche Auslandsberichterstattung der Nachrichtensendung der wöchentlichen Berichterstattung der Auslandsmagazine gegenübergestellt, die beide bereits Gegenstand der Nachrichtenforschung waren. Die kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnisse der Nachrichtenwerttheorie und der Nachrichtengeografie werden dabei genutzt, um die Nachrichtenselektion der Sender zu erklären und eine qualitative und quantitative Inhaltsanalyse der öffentlich-rechtlichen Auslandsberichterstattung durchzuführen.

a. Vertrauen in öffentlich-rechtliche Berichterstattung

Im Gegensatz zu den Auslandsmagazinen mussten die täglichen Nachrichtensendungen

81 Vgl. NDR (Hrsg.) (2010), S.51f
ZDF (Hrsg.) (2010), S.64

82 Vgl. Luhmann (1996), S.170

der öffentlich-rechtlichen Sender keine starken Zuschauerverluste einbüßen und zählen unverändert zu den meistgesehenen Nachrichtensendungen im deutschen Fernsehen.⁸³ Begründet werden kann diese Zuschauertreue durch die hohe Nachrichtenkompetenz, die den öffentlich-rechtlichen Programmen mit deutlichem Abstand vor den privaten Sendern zugeschrieben wird.⁸⁴ Die Nachrichtensendungen von ARD und ZDF gelten als qualitativ, objektiv und glaubwürdig,⁸⁵ was auch die öffentlich-rechtliche Auslandsberichterstattung miteinbezieht, die für die Zuschauer als erste Wahl gilt, wenn sie sich über das Weltgeschehen informieren wollen.⁸⁶

Das Vertrauen der Zuschauer zeigt sich besonders deutlich bei der *Tagesschau*, deren Hauptausgabe die quotenstärkste Nachrichtensendung ist⁸⁷, aber auch die beiden Nachrichtenmagazine profitieren von dem Status der öffentlich-rechtlichen Sender und können stabile Werte vorweisen.⁸⁸ Der hohe Zuschaueranteil stellt auch eine ökonomische Rechtfertigung für die Auslandskorrespondentennetze dar, deren Berichte einen Großteil der Sendungen ausmachen. Vor allem für politische Auslandsthemen wenden die öffentlich-rechtlichen Sender fast doppelt soviel Zeit auf wie die Nachrichtensendungen der privaten Konkurrenz.⁸⁹ Auch die „sachkundigen Reporter und Korrespondenten“⁹⁰ der öffentlich-rechtlichen Sender bekommen eine hohe Nachrichtenkompetenz attestiert und tragen zu dem Vertrauen der Rezipienten bei.

Dieses Vertrauen ist auch durch die lange Existenz der Sendungen begründet: Durch einen gängigen Sendeablauf, der sich über die Jahre nicht verändert hat und durch ihre Regelmäßigkeit, bieten beide Nachrichtenformate den Rezipienten eine fast schon rituelle Gewohnheit, in der sie sich von Moderatoren und Korrespondenten den Tag ordnen lassen.⁹¹ Mit großer Macht kommt auch große Verantwortung.

b. Sendungsformat

Das Format der täglichen Nachrichtensendungen bietet die engsten Vorgaben für die Berichterstattung. Die Kürze der einzelnen Beiträge ist der Gesamtlänge der Sendungen geschuldet, in der eine möglichst große Anzahl aktueller Nachrichten untergebracht wird, um dem Nachrichtentag gerecht werden zu können. Eine dichte Nachrichtenlage führt zwangsläufig dazu, dass einige Themen aussortiert werden müssen und so hat eine

83 Vgl. Geese/Zubayr (2009), S.160

84 Vgl. ebd. S.163

85 Vgl. ebd. S.166ff

86 Vgl. Topf (2003), S.41

87 Vgl. Gerhard/Zubayr (2011), S.132

88 Vgl. ebd. S.134, Abb.10

89 Vgl. Krüger (2011), S.99

90 Geese/Zubayr (2009), S.167

91 Vgl. Topf (2003), S.50f

dichte Nachrichtenlage in Deutschland weniger Auslandsthemen in der aktuellen Berichterstattung zur Folge. Die Anordnung der Meldungen folgt einer gewohnten Struktur, die Entscheidung, ob eine Nachricht in einer Wortmeldung, einer NIF oder einem Reporterbeitrag behandelt wird, schränkt also schon von vornherein die Menge an Informationen ein, die an den Zuschauer weitergegeben werden können.⁹² Auch die Aufnahmefähigkeit und der Wissenstand der Rezipienten hat Auswirkungen auf die Erläuterungen zu den einzelnen Themen. Dies führt dazu, dass Hintergründe von Auslandskorrespondenten oft nicht genug Platz in der täglichen Berichterstattung finden und die Rezipienten mit unzureichendem Kontextwissen ausgestattet werden.⁹³ Welche Themen in welcher Art von Beitrag behandelt werden, wirkt sich dabei ebenso auf die Wahrnehmung der Rezipienten aus, wie die Anordnung innerhalb der Sendung. Der Rezipient gleicht sein Relevanzdenken automatisch an die Vorgaben der Sendungen an. Die Darstellungsweise der Auslandsmagazine, wenn auch freier in der Gestaltung der einzelnen Beiträge, hat ebenfalls eine große Auswirkung darauf, wie der Zuschauer die Inhalte wahrnimmt. Auch hier bestimmen die Länge der Sendungen, die Anzahl der einzelnen Beiträge sowie deren Reihenfolge die Wirkung auf die Rezipienten. Im Gegensatz zu den eher deskriptiven Nachrichtensendungen wird den Auslandskorrespondenten die Möglichkeit gegeben, eine Bezugsebene herzustellen, die auch eine emotionale Haltung und ein Urteil zum dargestellten Thema erlaubt.⁹⁴ Der Moderator fungiert als Bindeglied zwischen den einzelnen Beiträgen, der die einzelnen Themen in einen Kontext einordnet und der somit zusätzlich zu den Auslandskorrespondenten in den Beiträgen die Chance hat, Widersprüche und zusätzliche Informationen deutlich zu machen. Wohingegen bei den täglichen Nachrichtensendungen der standardisierte Ablauf dazu führen kann, dass manchmal „die Komplexität der Realität“ schemenhaft und somit Probleme vermeintlich klar und unkompliziert dargestellt werden.⁹⁵

c. Medienästhetik

Die Visualisierung der Nachrichten spielt eine sehr große Rolle. Bilder lassen Nachrichten für Rezipienten authentisch wirken und tragen somit zur Glaubwürdigkeit der Berichterstattung bei. Die Bilder haben zudem eine stärkere Wirkung auf den Rezipienten als Wortnachrichten.⁹⁶ Umso wichtiger ist die „Narration als Darstellung des

92 Vgl. ARD: *intern.tagesschau.de/fragen*, *Wie wird die Reihenfolge der Meldungen festgelegt?* (2011)

93 Vgl. Dreßler (2008), S.206

94 Vgl. Verhen-Jarren (1990) S.191

95 Vgl. Topf (2003), S.50ff

96 Vgl. Brosius (1995), S. 122

Geschehens“,⁹⁷ die im Zusammenspiel mit den Bildern dem Zuschauer eine Orientierung bieten. „Sind diese nicht kongruent, wird eher das Bild als der Text wahrgenommen.“⁹⁸ Um also wichtige Informationen zum dargestellten Geschehen weitergeben zu können, ist es die Aufgabe der Journalisten, einen aussagekräftigen Begleittext zu verfassen, der die Bilder erläutert und erklärt und gleichzeitig einfach genug gehalten wird, dass der Rezipient die Möglichkeit hat, die Informationen aufzunehmen und zu behalten. Zudem wird die Missinterpretation der Bilder größtenteils ausgeschlossen, denn „die Gefahr der optischen Manipulation bei Bildern ist relativ groß. Sprache kann Bilder somit relativieren.“⁹⁹ Aus diesem Grund ist gerade für Auslandskorrespondenten eigenes Material sehr wichtig, das sie für den Rezipienten sicher einordnen können, zudem wird die Entscheidung über die Ausführlichkeit eines Beitrags nicht selten aufgrund des vorhandenen Bildmaterials getroffen: „Ein Stück, das endgültig nichts Optisches mehr bietet, kommt über eine bloße Meldung nicht hinaus.“¹⁰⁰ Nachteile bedeutet das für Auslandskorrespondenten, die aufgrund von gefährlichen Krisengebieten oder eingeschränkter Pressefreiheit Schwierigkeiten haben, ausreichendes Bildmaterial anzufertigen.

Bilder bekommen mehr Aufmerksamkeit, führen zu Assoziationen und bleiben viel einfacher im Gedächtnis und spielen gerade aus diesen Gründen eine wichtige Rolle für die Auslandsberichterstattung. Aufnahmen aus ihrem Berichterstattungsgebiet unterstützen auf diese Weise das Ziel der Auslandskorrespondenten, den Rezipienten die fremden Länder näher zubringen. Gleichzeitig festigen sie die Glaubwürdigkeit und damit den Expertenstatus der Auslandskorrespondenten, wenn sich diese für die Zuschauer erkennbar vor Ort befinden.

Die Macht der Bilder und die Assoziationen, die sie bei den Zuschauern hervorrufen, führen allerdings auch dazu, dass die Auslandskorrespondenten oft stereotypische Bilder verwenden, um sicher zu gehen, bei den Zuschauern schnell eine Verbindung zum dargestellten Land hervorrufen zu können. Mit diesen Bildern werden meistens Klischees bedient, die sich bei den Rezipienten eingeprägt haben und die die Heimatredaktion erfüllt sehen möchte. Das bestätigt auch die Aussage eines ZDF-Korrespondenten in Kairo: „Kaum ein Esel in Ägypten, der nicht von [dem ägyptischen Kameramann] fotografiert wurde, weil wir es wollten.“¹⁰¹

Auch Themen wie z.B. Bürgerkriege und Anschläge werden mit den immer gleichen

97 Verhen-Jarren (1990), S.186

98 Topf (2003), S.91

99 Zit. Scholl-Latour in Breckl (2006), S.126

100 Claus Kleber in Göbbel/Ruhrmann (2007), S.53

101 ZDF: Die ZDF-Auslandskorrespondenten, *Video: Das ZDF-Studio Kairo* (2011)

Ritualbildern dargestellt und sind im Bewusstsein der Rezipienten fest verankert. Sie helfen den Zuschauern, sich schnell auf ein Thema einlassen zu können, um in der Folge leichter neue Informationen aufzunehmen.¹⁰²

Bei der Auswahl der Bilder werden von beiden öffentlich-rechtlichen Sendern allerdings auch Grenzen gezogen, die sich nach ethischen Grundsätzen richten. So wird auf übertriebene Gewaltdarstellungen verzichtet. Die Sender beabsichtigen damit nicht nur den Schutz der Menschenwürde der Dargestellten, sondern haben ebenfalls ihre Rezipienten im Blick, bei denen eine schnelle Abstumpfung verhindert werden soll.¹⁰³

Die inhaltliche Auswahl für die Auslandsberichterstattung lässt sich an bestimmten Faktoren festmachen, an denen sich die Arbeit von Auslandskorrespondenten und Heimatredaktionen mehr oder minder unbewusst orientiert und die gleichzeitig die Defizite in der Berichterstattung deutlich machen. Trotz der propagierten Ziele einer umfassenden und objektiven Auslandsberichterstattung finden sich diese Defizite auch im öffentlich-rechtlichen Programm wieder.

d. Nachrichtenfaktoren

Die Auslandskorrespondenten und ihre Heimatredaktionen orientieren sich an gewissen Auswahlkriterien, um aus der Menge der Ereignisse auf der ganzen Welt die relevanten Nachrichten für ihre Berichterstattung auszuwählen und entscheiden auf diesem Weg über den Wert einer Nachricht. Dieser Auswahl werden in den westlichen Ländern ähnliche Kriterien zugrunde gelegt und dadurch einige Nachrichten von vornherein ausgeschlossen, was bereits Teil der Kritik in der UNESCO Debatte zur *New World Information and Communication Order* war.

Diese Auswahlkriterien sind auch in der täglichen Auslandsberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender deutlich erkennbar und werden im Folgenden sowohl im Vergleich mit den täglichen Nachrichtensendungen als auch mit den Auslandsmagazinen verdeutlicht und die dadurch auftretenden Darstellungsmerkmale aufgezeigt, die die Rezipienten in ihrer Wahrnehmung beeinflussen. Die Grundlage bildet hier die bereits 1922 veröffentlichte Nachrichtenwerttheorie von Lippmann¹⁰⁴ unter der Berücksichtigung neuerer Forschungen, durch die auch die empirisch am besten überprüften Faktoren

¹⁰² Vgl. Topf (2003), S.92f

¹⁰³ ARD: *intern.tagesschau.de/fragen, Welche Bilder zeigt die Tagesschau*
ZDF, *heute-plus* vom 12.10.2011

¹⁰⁴ Lippmann, Walter: *Public Opinion*. vgl. Topf (2003), S.67

herausgearbeitet wurden.¹⁰⁵

Unmittelbare, überraschende Ereignisse¹⁰⁶ erlangen heutzutage schnell die Aufmerksamkeit von Auslandskorrespondenten und Heimatredaktionen. Durch die Beschleunigung der Kommunikation hat der Faktor Aktualität an Bedeutung gewonnen, die Aufnahme in die Berichterstattung ist dabei nicht mehr allein dem Neuigkeitswert geschuldet, sondern erfolgt ebenfalls aufgrund eines Konkurrenzdenkens¹⁰⁷, die schnellste Berichterstattung liefern zu wollen. Auch die öffentlich-rechtlichen Sender reagieren auf solche Ereignisse mit einer Berichterstattung in den täglichen Nachrichtensendungen.¹⁰⁸ Angesichts der Willkürlichkeit dieser Ereignisse sind Vorgeschichten und Hintergründe den Rezipienten nicht immer bekannt und können infolge des beschränkten Zeitrahmens der Sendungen nicht ausreichend behandelt werden.

Ist ein Ereignis bereits „als Nachrichtenthema definiert“, findet es leichter in die aktuelle Berichterstattung, da so auch eine gewisse Kontinuität für den Rezipienten gewahrt wird.¹⁰⁹ Allerdings muss eine erneute Thematisierung auch immer einen Neuigkeitswert enthalten.¹¹⁰ Auch die aktuelle Nachrichtenlage beeinflusst die Selektion, denn die Themen „schöpfen [...] ihren Wert nicht [nur] aus sich selbst, sondern in Relation zu anderen.“¹¹¹

Personalisierung von Auslandsnachrichten werden genutzt, um den Rezipienten die Identifikation mit dem Dargestellten zu erleichtern. Dabei neigen auch die öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen zur Elitezentrierung.¹¹² Konflikte werden oft durch einige wenige, bekannte Akteure personell umschrieben, wodurch sich diese strukturierter darstellen lassen und was gleichzeitig zu einer „Reduktion von Ereigniskomplexität“ führt.¹¹³ Normale Bürger werden dagegen hauptsächlich bei der Portraituren von Unglücksfällen gezeigt. Sie stehen meist exemplarisch für eine ganze Gruppe, aus deren Perspektive ein Ereignis beleuchtet wird, während Eliten persönlich ein Auswahlkriterium für die Nachricht darstellen. Der Elitezentrierung wird in den Nachrichtenmagazinen der öffentlich-rechtlichen Sender entgegengewirkt, die zu aktuellen Auslandsthemen auch Beiträge zeigen, die aus der Sicht unbekannter Protagonisten erfolgen.

105 Vgl. Luhmann (1996), S.61

106 Vgl. Topf (2003), S.68

107 Vgl. Göbbel/Ruhrmann (2007), S.18

108 Vgl. Topf (2003), S.86

109 Vgl. ebd. S.68

110 Vgl. *heute plus* vom 5.10.2011

111 Dreßler (2008), S.218

112 Vgl. Topf (2003), S.86

113 Vgl. ebd. S.80f

Konflikte stellen ein weiteres Kriterium dar. Die oft betitelten Kriege, Krisen, Katastrophen nehmen einen großen Teil der Berichterstattung ein und gelten zudem als Garant für hohe Quoten. Auch in den täglichen Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen Sender haben Negativschlagzeilen den höheren Stellenwert. Die Sender verfolgen damit allerdings nicht das Ziel, den Sensationalismus der Zuschauer zu befriedigen. Die Entscheidung für eine Berichterstattung hängt vielmehr eng mit anderen Auswahlkriterien zusammen und wird nach dem Grad der Betroffenheit, der Überraschung und der kulturellen, politischen und ökonomischen Distanz entschieden. Dabei fällt auf, dass viele Länder nur in Zusammenhang mit einem Negativereignis den Weg in die aktuelle Berichterstattung finden. Da viel Wert darauf gelegt wird, regelmäßig und möglichst aktuell über weitere Aktivitäten und Ereignisse innerhalb eines Konflikt zu berichten, werden Hintergründe und Ursache-Wirkungszusammenhänge leicht vernachlässigt und es besteht die Gefahr der Dekontextualisierung.¹¹⁴ Um dem Rezipienten den Konflikt möglichst einfach zu präsentieren, werden die gegnerischen Parteien klar dargestellt und der Konflikt dadurch in der Medienberichterstattung forciert.¹¹⁵ Neue Ereignisse bilden dabei „eine durch Kontrahenten bereits vorgegebene Erzähldramaturgie“.¹¹⁶

Die Ereignisnähe spielt eine weitere wichtige Rolle in der Auslandsberichterstattung und kann sowohl geografische, wie auch politische, wirtschaftliche oder kulturelle Nähe umfassen,¹¹⁷ wobei sich diese Bereiche oft überschneiden. Vor allem politische Themen nehmen bei ARD und ZDF einen Großteil der Berichterstattung ein, was sich nicht nur auf die nationale Berichterstattung beschränkt, auch die Auslandsberichterstattung neigt zur Politikzentrierung.¹¹⁸ Prinzipiell werden Ereignisse für die Auslandsberichterstattung ausgewählt, wenn sie mit den Interessen des eigenen Landes übereinstimmen und entweder eine wichtige Veränderung des Weltgeschehens oder direkte Konsequenzen für den Rezipienten selber bedeuten.¹¹⁹ Die Ereignisnähe drückt sich auch in der Art der Berichterstattung aus. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern werden Auslandsnachrichten hauptsächlich mit einem deutschen Bezug präsentiert, ihr „Fokus liegt auf staatlichem oder nationalem Handeln.“ Auslandsthemen werden für die Rezipienten aus nationaler Sicht eingeordnet und nach nationalen Werten beurteilt. Sind Deutschland oder Deutsche involviert, wird explizit auf deren Beteiligung hingewiesen und dementsprechend mehr berichtet. Der Ethnozentrismus ist demnach auch in der

¹¹⁴ Vgl. Breckl (2006), S.59

¹¹⁵ Vgl. Topf (2003), S.78-81

¹¹⁶ Ebd. S.80

¹¹⁷ Vgl. ebd. S.68

¹¹⁸ Vgl. Krüger (2011), S.99

¹¹⁹ Vgl. Göbbel/Ruhrmann (2007), S.53

öffentlich-rechtlichen Auslandsberichterstattung fest verankert und suggeriert dem Rezipienten die Verabsolutierung der Werte und Normen der eigenen Kultur und Gesellschaft, was automatisch zur Abwertung anderer Länder führt. Diese Darstellungsweise birgt die Gefahr bei Rezipienten, aber auch bei Journalisten, unbewusst ein Überlegenheitsgefühl gegenüber anderen Kulturen hervorzurufen.¹²⁰

Betrachten man die Themenauswahl innerhalb der beiden öffentlich-rechtlichen Auslandsmagazine, wird deutlich, dass die mittelfristige Berichterstattung unabhängiger von den Nachrichtenfaktoren handeln kann, als das bei der kurzfristigen möglich ist. Die Aufgabe der Auslandsmagazine, eine ausgewogenen Auslandsberichterstattung abseits der aktuellen Nachrichtenlage zu leisten, wird bei der Themenselektion deutlich, eine Auswahl gänzlich ohne die Beachtung der Nachrichtenfaktoren und gängigen Darstellungsweisen ist aber auch bei den Magazinen nicht gegeben.

Die Auslandsmagazine sind frei vom Aktualitätszwang und tragen lediglich mit Hintergrundberichten zu anhaltenden akuten Themen zur aktuellen Nachrichtenlage bei. Auch Konflikte machen einen großen Teil der Magazinbeiträge aus und bilden für einige Länder die Grundlage, um Platz in der Berichterstattung zu finden, dennoch „kann von einer Unterrepräsentiertheit positiver Berichterstattung nicht die Rede sein.“¹²¹ Weiterhin ist keine Zentrierung auf nur ein Themengebiet erkennbar, vielmehr wird auf eine vielfältige Berichterstattung Wert gelegt,¹²² die sich im Gegensatz zu den Nachrichten zu einem großen Teil mit der Alltagskultur fremder Länder¹²³ beschäftigen. Dies zeigt sich auch in der Personalisierung von Themen, die auch bei den Auslandsmagazinen genutzt wird, um den Rezipienten eine schnellere Identifikation zu ermöglichen und eine emotionale Reaktion zu bewirken. Bei den dargestellten Personen handelt es sich größtenteils um Privatpersonen und weniger um Eliten.¹²⁴

Eine ethnozentrische Themenauswahl ist ebenfalls nicht gegeben.¹²⁵ Das Hauptkriterium liegt für Auslandskorrespondenten und Heimatredaktionen keineswegs darin, Themen auszuwählen, die mit deutschen Interessen übereinstimmen oder einen sonstigen Bezug aufweisen, sondern richten sich vielmehr nach dem Ziel der Völkerverständigung. Eine unvoreingenommene Einordnung ausländischer Kulturen kann wiederum nicht geleistet werden. Beide öffentlich-rechtlichen Sender berichten eher nationen- und kulturgebunden

120 Vgl. Topf (2003), S.77f

121 Breckl (2006), S.111

122 Vgl. ebd. S.109

123 Vgl. ebd. S.112

124 Vgl. ebd. S.117

125 Vgl. ebd. S.120

als aus einer globalen Perspektive und so unterliegt auch die Berichterstattung in den Auslandsmagazinen einer Sichtweise, die sich an Werten und Normen der deutschen und westlichen Kultur orientiert. Diese „kulturelle Selbstverständlichkeit“, die der Mensch im Laufe seines Lebens ganz natürlich erwirbt, wird allerdings auch als Grundlage angesehen, die ein Verständnis fremder Kulturen erst möglich macht. Ohne die Übersetzung und Einordnung in gewohnte Sichtweisen würde die Transferleistung der Auslandskorrespondenten den Rezipienten keinen Anhaltspunkt zum Verstehen der fremden Kulturen geben können.¹²⁶

Die Auslandsmagazine bieten durch ihren zeitlich nicht ganz so stark eingeschränkten Rahmen dahingegen die Möglichkeit, durch ausführlichere Berichterstattung gegen Stereotypenbildung vorzugehen, und berichten in vielerlei Hinsicht differenzierter und ausgeglichener als die täglichen Nachrichtensendungen. Aber auch die Magazine weisen Mängel auf. Neben der zunehmenden Boulevardisierung wird die mangelnde Ursachen-Wirkungsanalyse kritisiert, die gegenüber „temporären Gefühlsregungen“ in den Beiträgen benachteiligt wird¹²⁷. Durch den hohen Anteil der Länder, die meist nur in den Auslandsmagazinen die Aufmerksamkeit der deutschen Rezipienten erlangen können, wird eine kontinuierliche Berichterstattung über bestimmte Gebiete erschwert und kann ein entsprechendes Bewusstsein der Zuschauer nicht gewährleisten, was sich natürlich nachteilig auf die Völkerverständigung auswirkt.

e. Nachrichtengeografie

Was schon am Aufbau der öffentlich-rechtlichen Korrespondentennetze und der von Land zu Land stark differierenden Abdeckung durch die Auslandsstudios zu erkennen ist, bestätigt sich in der Untersuchung der „quantitativen wie qualitativen Abdeckung verschiedener Länder oder Regionen in Sendungen und Berichten“¹²⁸. Ein unterschiedliches Interesse an den einzelnen Ländern ist erkennbar, welches Kamps anhand der Unterteilung in zwei Sphären verdeutlicht: der politisch-relevanten Sphäre auf der einen und der ereignis-relevanten Sphäre auf der anderen Seite.¹²⁹

-Politisch-relevante Sphäre

Nachrichtenzentren: Länder, die konstant Gegenstand der Berichterstattung sind und die mit einer großen Themen- und Darstellungsvielfalt behandelt werden. Nachrichtennähe ist dabei nicht mit geografischer Nähe gleichzusetzen. Hierzu zählen vor allem die USA, aber auch Frankreich und Großbritannien.

¹²⁶ Vgl. ebd. S.161

¹²⁷ Vgl. Breckl S.162

¹²⁸ Kamps (2008), S.81

¹²⁹ Vgl. ebd. S.84

Nachrichtennachbarn: Länder wie China und Russland, aber auch die europäischen Nachbarn (inkl. Südeuropa), die häufig und mit thematischer Vielfalt Teil der Berichterstattung sind.

-Ereignis-relevante Sphäre

Thematische Nachrichtennachbarn: Länder, die relativ häufig in die Berichterstattung mit einfließen, jedoch meist nur auf ein bestimmtes Thema reduziert werden. Dazu gehören Länder, die durch länger anhaltende Entwicklungen, wie zum Beispiel einem Krieg, die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, aber auch die, denen oft nur das Interesse der Medien in Verbindung mit einem einzelnen charakteristischen Thema zukommt.

Nachrichtenperipherie: Länder, die für die Berichterstattung geradezu zufällig von Interesse sind. Bei dieser größten Staatengruppe ist weder eine Beständigkeit der Berichterstattung noch der Themen erkennbar.¹³⁰

Diese Verteilung macht deutlich, dass die Auslandsberichterstattung aus einer „nicht globalen Perspektive, die die Welt hierarchisch in Regionen, Länder und Kulturen von zum Teil weit auseinanderklaffenden Nachrichtenwerten einteilt“¹³¹, erfolgt. Unabhängig von bestimmten Ereignissen bilden die Länder aus der politisch-relevanten Sphäre bereits einen Nachrichtenfaktor, der, vergleichbar mit dem Faktor der Ereignisnähe, durch geografische, politische, wirtschaftliche oder kulturelle Nähe festgelegt ist. Es wird deutlich, dass einige Länder mehr im Nachrichtenfokus stehen als andere. Dieser Regionalismus¹³² spiegelt sich vor allem in übereinstimmenden Interessen oder gemeinsamen Kultur- und Wertvorstellungen mit Deutschland wider. Dies führt bei der täglichen Berichterstattung zur Vernachlässigung der Länder, denen nur im Zusammenhang mit bestimmten Ereignissen, die einen deutschen Bezugspunkt aufweisen müssen, eine Relevanz für die Auslandsberichterstattung zugeordnet wird.¹³³

Im Vergleich zu den täglichen Nachrichtensendungen bieten die Auslandsmagazine dagegen ein ausgeglicheneres Bild der Abdeckung der verschiedenen Länder. Die Unterteilung in politisch-relevante und ereignis-relevante Sphären ist nicht mehr so deutlich zu vollziehen, wie bei der täglichen Auslandsberichterstattung und der Anteil an Beiträgen über Länder aus der Peripherie ist deutlich höher.¹³⁴ Länder, die durchschnittlich mit mehr Beiträgen bedacht werden, stammen aus der ereignis-relevanten Sphäre oder sie betreffen ein aktuelles Krisengebiet.¹³⁵ Neben

130 *Nachrichtengeografieforschung nach Klaus Kamps*

Vgl. Kamps (2008), S.89

131 Kamps (2008), S.91

132 Kamps (2008), S.92

133 Vgl. Topf (2003), S. 74ff

134 Vgl. Breckl (2006), S.105

135 Vgl. ebd. S.104

Hintergrundbeiträgen zu den Konflikten wird darauf geachtet, auch einer positiven Berichterstattung Platz zu geben.¹³⁶

2.3.6 Die spezielle Rolle der Auslandskorrespondenten

Die direkten Einwirkungen auf die Auslandskorrespondenten, die in Kapitel 2.1 herausgestellt wurden, zeigen, in Zusammenhang mit den in diesem Kapitel vorgestellten Einwirkungen auf die Berichterstattung betrachtet, dass eine absolute objektive Berichterstattung, die die Realität widerspiegelt, nicht geleistet werden kann. Diese Tatsache lässt die Rolle der Auslandskorrespondenten umso wichtiger erscheinen, da ihr Umgang mit diesen Faktoren und die Art der Informationsvermittlung die Wahrnehmung der Zuschauer ebenfalls entscheidend prägt. Die Korrespondenten übernehmen eine wichtige Vermittlerrolle gegenüber den Rezipienten und tragen, in Zusammenarbeit mit den Heimatredaktionen, die Verantwortung dafür, welche Informationen wie vermittelt werden. Diese Rollen sollen im Folgenden kurz erläutert werden.

a. Auslandskorrespondenten als kulturelle Übersetzer

Der Auftrag zur Völkerverständigung und kulturellem Dialog ist zwar von allen Beteiligten der öffentlich-rechtlichen Sender zu befolgen und kann mithilfe entsprechender Programmplanung etc. unterstützt werden, aber der Großteil der Verantwortung liegt bei den Auslandskorrespondenten, denn die Kultur ist ein Prozess, der nur übermittelt werden kann, wenn man ihn direkt miterlebt. Die Auslandskorrespondenten übernehmen die Aufgabe eines Übersetzers und decodieren den kulturellen Habitus ihres Berichterstattungsgebiets, um ihn dann wiederum für die Rezipienten in einen verständlichen Kontext zu verpacken.¹³⁷ Die Präsenz vor Ort ermöglicht die Übersetzungsarbeit, die Missinterpretationen allerdings nicht ausschließen kann. Die Auslandskorrespondenten sind durch dieselben kulturellen Werte und Normen geprägt wie die Rezipienten, derer müssen sich die Korrespondenten bewusst sein, um die Gefahr einer zu stark am Ethnozentrismus orientierten Berichterstattung zu vermeiden und so tatsächlich einen Beitrag zur Völkerverständigung zu leisten. Dieselben kulturellen Werte und Normen stellen allerdings gleichzeitig auch die Voraussetzung dar, um die Übersetzungsarbeit für die Rezipienten leisten zu können. Die Kenntnis des Berichtsgebietes sowie die Kenntnis des Heimatlandes sind für

¹³⁶ Vgl. ebd. S.110

¹³⁷ Vgl. ebd. S.50

Auslandskorrespondenten essentiell um ihrer Rolle gerecht zu werden.

Die öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten nehmen diese Aufgabe sehr ernst. Basierend auf der Grundlage des öffentlich-rechtlichen Auftrags und gemessen am eigenen Berufsethos, ist es das Ziel der Korrespondenten mit ihrer Berichterstattung zur Völkerverständigung beizutragen.

b. Gatekeeperfunktion

Journalisten treten als Vermittler auf, die im Namen ihrer Sender Informationen der Öffentlichkeit zugänglich machen. Die Auslandskorrespondenten von ARD und ZDF verkörpern als Teil der zwei größten festen Auslandskorrespondentennetze Deutschlands „eine geringe Anzahl von Journalisten, die eine weitreichende Funktion haben“¹³⁸ und durch ihre Selektion den Inhalt der Berichterstattung beeinflussen und somit als Gatekeeper fungieren. Dies geschieht „mit Hilfe professioneller Kriterien und durch eigene Interpretation der Nachrichtenlage.“¹³⁹ Die Gatekeeperforschung macht deutlich, dass diese subjektiven Einflüsse durch eine Vielzahl von Faktoren geprägt sein können, wie Herkunft, persönliche Vorlieben und Interessen oder Karriereplänen¹⁴⁰. Beim Auslandskorrespondenten bestimmen auch die verschiedenen Gegebenheiten vor Ort im Berichterstattungsgebiet die Berichterstattung.

Aufgrund des starken Einflusses, den die Heimatredaktionen auf die tatsächliche Auslandsberichterstattung ausüben, können die Auslandskorrespondenten vor allem bei der täglichen Berichterstattung nicht als alleinige Gatekeeper für die Auslandsnachrichten betrachtet werden. Bei den Heimatredaktionen kommen zusätzliche Entscheidungsfaktoren hinzu, die, aufgrund der geringeren Entfernung, eher durch die Institutionssphäre der Sender geprägt sind, dem Wettbewerb mehr Beachtung schenken und die Rahmenbedingungen der einzelnen Sendungen eher im Auge haben als die Auslandskorrespondenten. Um stark subjektiv geprägte Entscheidungen zu vermeiden, finden in den Heimatredaktionen zudem regelmäßig Konferenzen statt, um Beiträge zu diskutieren.¹⁴¹

Welche Inhalte die deutschen Fernsehzuschauer erreichen und in welcher Form, geschieht in Abhängigkeit von Entscheidungen einiger weniger. Die so entstehende Auslandsberichterstattung prägt entscheidend die Wahrnehmung, die die Rezipienten von anderen Ländern und Kulturen haben.

¹³⁸ Topf (2003), S.65

¹³⁹ Ebd.

¹⁴⁰ Vgl. ebd. S.65f

¹⁴¹ Vgl. ARD: *intern.tagesschau.de/fragen, Welche Meldungen werden gesendet?*

„Es wird sie nie geben. Es kann sie nicht geben. Das Subjekt Mensch kann nicht objektiv sein. Am nächsten kommt man der Objektivität, wenn man möglichst viele Meinungen zu Wort kommen lässt.“¹⁴²

¹⁴² Zit. Heiner Hug in Topf (2003), S.65

3. Social Media

Die Verbreitung des Internets hat die Rolle der traditionellen Medien und die Möglichkeiten des sozialen Austausches der Rezipienten verändert. Im Netz sind diese nicht länger auf die Position des Empfängers beschränkt, sondern können eigene Inhalte, auch *User Generated Content* genannt, generieren und sich mit anderen Internetnutzern darüber austauschen. Der Begriff „Social Media“ umfasst dabei „alle Möglichkeiten des Austausches im Netz: Soziale Netzwerke, Blogs, Foto- und Videoportale oder auch Webseiten mit Kommentarfunktion.“¹⁴³

Eine neue Öffentlichkeit ist entstanden, die nicht länger den Regeln der klassischen medialen Öffentlichkeit folgt, welche erst durch die Vermittlerrolle der Journalisten zustande kommt. Angesichts der Vielzahl von Social Media-Plattformen existieren dagegen mehrere, oft auch miteinander vernetzte Teilöffentlichkeiten, die durch die Partizipation der Nutzer entstehen und nicht länger durch Ländergrenzen eingeschränkt werden.

Diese Veränderungen beeinflussen auch das Berufsfeld der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten. Galten sie einst noch als das einzige „Fenster zur Welt“, ist es für den Rezipienten mittlerweile ein leichtes, unabhängig vom Zeitpunkt, Informationen zu einem Auslandsthema im Internet zu erfragen und verschiedene Sichtweisen einzuholen. Obwohl die Digitalisierung von Kommunikationswegen und Produktionsprozessen auch die Arbeit der Auslandskorrespondenten beschleunigt hat, sind Berichte der zahlreichen Internetnutzer, bei denen journalistischer Anspruch keine Barriere darstellt, schneller verfasst und veröffentlicht. Die Relevanz eines Themas wird längst nicht mehr nur von den klassischen Medien vorgegeben, sondern entwickelt sich durch den Austausch der Internetnutzer. Die Auslandskorrespondenten „sehen sich inzwischen in einem intermediären Wettbewerb, vor allem mit dem Internet“¹⁴⁴.

Um einen Vergleich mit dem Social Web durchführen zu können, werden im Folgenden die drei größten Social Media-Plattformen vorgestellt. Die Erkenntnisse zu Nutzung und Eigenschaften sind dabei repräsentativen Studien sowie der Selbstdarstellung der Plattformen entnommen und beruhen weiterhin auf Erfahrungswerten.

Da es sich bei Social Media um einen noch relativ jungen Begriff handelt, ist der Forschungsstand entsprechend noch nicht so weit fortgeschritten. Erkenntnisse zum Kommunikationsverhalten der Nutzer basieren zu einem großen Teil auf empirischen Untersuchungen und Erfahrungswerten und wurden noch nicht systematisch untersucht.

¹⁴³ Bernet (2010), S. 9

¹⁴⁴ Hahn/Schröder (2008), S.491

Ein „akzeptiertes Modell der Öffentlichkeit, das die Rolle des Social Web in vollem Maße berücksichtigt“¹⁴⁵ existiert noch nicht. So soll zusätzlich zu der Darstellung der einzelnen Plattformen, auch die Zusammenfassung von Nachrichtenereignissen, bei denen diesen bereits eine wichtige Vermittlungsrolle zukam, erfolgen, um einen Anhaltspunkt für die Nutzungswege und Rezipientenwirkung des Social Web bei der Auslandsberichterstattung aufzuzeigen.

Deutlich wird jedoch, dass durch Social Media eine neue Art der Öffentlichkeit entstanden ist, die den Nutzern neue Möglichkeiten der Kommunikation eröffnet und die in Kapitel 4. ausführlich erläutert werden sollen.

3.1 Vorstellung der Social Media-Plattformen

In Deutschland ist die Nutzung von Social Media-Plattformen für die über 50 Millionen Internetteilnehmer¹⁴⁶ bereits zu einem festen Bestandteil des Netzes geworden.

Zwei Anwendungen bestimmen dabei den Markt: Soziale Netzwerke und Videoportale. Trotz einer Vielzahl von Plattformen nutzt die Mehrheit der Deutschen die, auch auf internationaler Ebene erfolgreichsten, Angebote von Facebook und YouTube.¹⁴⁷ Der Microblogging-Dienst Twitter weist eine weitaus geringere Nutzungsfrequenz auf als andere Angebotsformen des Social Media, aufgrund seiner Bedeutung, die der Dienst für die Verbreitung von Nachrichten spielt¹⁴⁸, soll auch diese Plattform im Folgenden vorgestellt werden.

Facebook ist ein soziales Netzwerk, das seinen Nutzern ermöglicht, mit anderen Nutzern in Kontakt zu treten und Inhalte mit ihnen zu teilen.

Das Netzwerk startete im Jahr 2004 und war von seinem Erfinder Mark Zuckerberg ursprünglich lediglich als Portal für Harvard Studenten geplant. Durch stetig wachsende Popularität wurde es Ende 2006 schließlich für die weltweite Nutzung freigegeben.¹⁴⁹

Mittlerweile hat das Netzwerk nach eigenen Angaben über 800 Millionen aktive Nutzer¹⁵⁰

¹⁴⁵ Pleil (2010), S.6

¹⁴⁶ Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

Vgl. AGOF (Hrsg.) 2011, S.3

Initiative D21 (Hrsg.) (2011), S.8

¹⁴⁷ Vgl. Busemann/Gscheidle (2011), S. 369

¹⁴⁸ Ebd.

¹⁴⁹ Vgl. Facebook: *Firmengeschichte* (2011)

¹⁵⁰ Vgl. Facebook: *Statistik*, Stand 25.11.2011

Als aktiver Nutzer gilt, wer sich innerhalb der letzten 30 Tage mindestens einmal auf Facebook

in der ganzen Welt. Mit der Möglichkeit aus 211 unterschiedlichen Ländern und über 70 verschiedenen Sprachen¹⁵¹ auszuwählen, erleichtert Facebook bewusst den Zugang für Internetteilnehmer aus der ganzen Welt. Die USA sind zwar noch immer das Land mit den meisten Mitgliedern, vergleicht man allerdings die Facebooknutzer mit den Internetnutzern der einzelnen Länder, so ist die USA nicht einmal mehr unter den ersten zehn Ländern mit der höchsten Marktpenetration. An erster Stelle liegen hier die Philippinen gefolgt von der Türkei und Chile.¹⁵² Deutlich wird die unregelmäßige Verteilung der Facebooknutzer ebenfalls, betrachtet man ihre Anzahl im Verhältnis zur Wohnbevölkerung des jeweiligen Landes. So weist z.B. China mit ca. 500.000 Nutzern nur eine Marktpenetration von 0,04% auf.¹⁵³

Tab.2 Facebooknutzer nach Kontinenten¹⁵⁴

	Kontinent	Anzahl Nutzer	Marktpenetration*
1	Europa	216 587 980	26.69%
2	Nordamerika	215 161 680	40.71%
3	Asien	186 473 880	4.82%
4	Südamerika	93 619 480	23.60%
5	Afrika	34 695 720	3.72%
6	Australien und Ozeanien	13 184 640	38.04%

* Anzahl der Facebook-Nutzer/Wohnbevölkerung

Mit mehr als 21 Millionen aktiver Nutzer steht Deutschland in der Rangliste der Länder mit den meisten Facebookmitgliedern gegenwärtig auf Platz 10.¹⁵⁵

Die Pflege privater Kontakte ist der zentrale Aspekt von Facebook. In erster Linie teilen Nutzer Inhalte mit ihren Facebookfreunden: Auch in Abhängigkeit von den eigenen Privatsphäre-Einstellung sind Statusmeldungen, gepostete Links, hochgeladene Fotos und Videos meist nur für die kleine Öffentlichkeit der Facebookfreunde zugänglich. Diese

eingeloggt hat vgl. Facebook (Hrsg.), *Fakten*

151 Ebd.

152 Vgl. ComScore Data Mine: *Top Markets for Facebook by Percent Reach* (21.09.11)

153 Vgl. Socialbakers: *Facebook Statistics by Country*, Stand 25.09.2011

154 Vgl. ebd. *World Continents Facebook Statistic*, Stand 25.09.2011

155 Vgl. ebd. *Facebook Statistics by Country*, Stand 25.09.2011

haben allerdings die Möglichkeit, die aufgenommenen Informationen an ihren Freundeskreis weiterzuleiten und eventuell noch zu ergänzen. Neuigkeiten können über virale Verbreitung Aufmerksamkeit erlangen, die über einen Freundeskreis in dem sozialen Netzwerk hinausgeht.

Facebook bietet allerdings auch Funktionen an, mit denen man bereits im ersten Schritt eine große Öffentlichkeit erreichen kann ohne mit den Empfängern befreundet zu sein. Hierzu zählen die Möglichkeiten, Gruppen und Fanseiten zu erstellen sowie Neuigkeiten eines anderen Nutzers zu abonnieren.

Wurde der Beitritt in eine Gruppe von einem Administrator bestätigt, kann man sich mit den anderen Mitgliedern austauschen und erhält automatisch alle Neuigkeiten, die innerhalb dieser Gruppe veröffentlicht werden. Für Nichtmitglieder sind diese Neuigkeiten nur dann einsehbar, wenn es sich um eine öffentliche Gruppe handelt. Die Gruppen geben Facebooknutzern mit denselben Interessen die Möglichkeit zur gemeinsamen Kommunikation und auch Organisation.

Fan einer Seite kann man sofort und mit nur einem Klick werden. Im Gegensatz zu der Gruppe erhält man hier nur die Neuigkeiten des Seitenerstellers, Raum für Dialog ist aber auch hier gegeben und erfolgt auf der Pinnwand oder dem Diskussionsforum der Seite. Vor allem Unternehmen und Personen des öffentlichen Lebens nutzen diese Art der Facebook-Präsenz, aber auch bestimmte Ansichten werden mit dieser Seite publik gemacht.

Sowohl Gruppen als auch Fanseiten geben den Facebooknutzern die Möglichkeit, mit nur einem Klick ihre Einstellungen mitzuteilen. Je höher die Anzahl der Nutzer, die diese Interessen teilen, desto größer auch die Öffentlichkeit, die mit geposteten Neuigkeiten und Kommentaren erreicht wird.

Die im September 2011 neu eingeführte Abonnierfunktion ermöglicht es den Nutzern, die Neuigkeiten eines nicht befreundeten Facebookmitglieds zu erhalten, solange der seine Angaben öffentlich zugänglich macht. Die Möglichkeiten eines Abonnenten ähneln dabei denen des Fans einer Seite.

Die persönlichen Freundeskreise sowie die hier vorgestellten Funktionen lassen innerhalb des sozialen Netzwerkes Facebook zahlreiche Mikroöffentlichkeiten entstehen, die wiederum aufgrund der unterschiedlichen Präferenzen der Facebooknutzer miteinander verbunden sind. Die unkomplizierte Einbindung von YouTube- und Twitterinhalten auf Facebook ermöglicht außerdem eine einfache Verbindung zu den beiden großen Social Media-Plattformen.

Diese Vernetzung macht eine weltweite Verbreitung von Neuigkeiten innerhalb weniger Stunden möglich.

YouTube ist eine Videoplattform, auf der von registrierten Nutzern hochgeladene Videos angesehen werden können. Im Gegensatz zum Upload ist das Ansehen der Videos für jeden Internetteilnehmer möglich. Videos zu bewerten und zu kommentieren bleibt ebenfalls den angemeldeten Nutzern vorbehalten, beides ist aber für jeden sichtbar.

Gegründet wurde YouTube im Februar 2005 und gewann nach dem offiziellen Websitestart Ende des Jahres schnell an Popularität.¹⁵⁶ Im Oktober 2006 kaufte Google das Unternehmen, die Marke YouTube und die Grundidee, jedem Internetnutzer das Ansehen und Hochladen von Videos zu ermöglichen, bleiben dabei bestehen.¹⁵⁷

Mittlerweile werden an einem Tag mehr als drei Milliarden Videos aufgerufen und durchschnittlich Videomaterial mit einer Gesamtlänge von fast 8 Jahren hochgeladen.¹⁵⁸

Eine genaue Zahl der aktiven Nutzer nennt YouTube nicht¹⁵⁹, die Mehrheit der Besucher nutzt die Plattform allerdings zum passiven Konsum¹⁶⁰.

Mehr als die Hälfte der deutschen Internetnutzer schauen Videos auf Videoplattformen¹⁶¹, wobei YouTube die beliebteste Seite darstellt¹⁶². YouTube ist neben Deutsch in 42 weiteren Sprachen verfügbar, eine lokalisierte Version existiert für insgesamt 25 Länder.¹⁶³ Regelmäßige Erweiterungen dieses Angebots steigern die Attraktivität für Nutzer aus allen Teilen der Welt.

Hochgeladen werden auf YouTube vor allem *User Generated Videos*, aber auch Kopien bereits existierender Inhalte werden auf diesem Wege weiter verbreitet. Selbsthergestellte Videos liegen im Interesse der deutschen Nutzer dabei hinter den Musikvideos, aber noch vor den professionell hergestellten Film- und Fernsehinhalten.¹⁶⁴

Daran hat auch die wachsende Zahl der offiziellen Kanäle von Medienunternehmen auf YouTube nichts geändert, die neben einer Vielzahl von bekannten Unternehmen und Institutionen diese Möglichkeit der Präsenz auf der Plattform nutzen und eine Partnerschaft mit YouTube eingehen. Kanäle können dabei von jedem YouTube-Mitglied erstellt und von anderen angemeldeten Nutzern abonniert werden. Auch die eher für

156 Vgl. YouTube: *Zeitachse* (2011)

157 Vgl. Google (Hrsg.), (9.10.06)

158 Vgl. YouTube: *Statistik* (2011)

159 Vgl. YouTube: *Häufig gestellte Fragen, Wie viele Nutzer hat YouTube?* (2011)

160 Dies zeigt eine Studie aus dem Jahr 2007 auf, nach der lediglich 0,2% der YouTube-Besuche dazu genutzt werden, ein Video hochzuladen, vgl. Tancer (25.04.07)

Aktuelle Zahlen machen deutlich, dass nur 1,36% der Besucher auf die Schaltfläche zum Upload klicken, vgl. Alexa (Hrsg.) *YouTube*

161 Vgl. Busemann/Gscheidle (2011), S. 363

162 Vgl. ComScore Data Mine: *Local Sites Show Strong Holding in German Online Video Market* (19.09.11)

163 Vgl. YouTube: *Statistik* (2011)

164 Vgl. Busemann/Gscheidle (2011), Tab.6

soziale Netzwerke typischen Funktionen, die es ermöglichen, andere Nutzer als Freunde hinzuzufügen und private Nachrichten zu verschicken, sind bei YouTube gegeben. Der Austausch mit und über Videos bleibt allerdings die Hauptfunktion der Social Media-Plattform. Die für alle Seitenbesucher einsehbaren Bewertungen und Kommentare machen neben den Videos auch dazugehörige Kritik und Dialog für die gesamte Öffentlichkeit der YouTube-Nutzer zugänglich.

Die Verbreitung der Videos erfolgt über unterschiedliche Wege, die von YouTube direkt oder indirekt unterstützt werden. Viele Videos werden aufgerufen, weil YouTube sie Nutzern am Ende eines anderen Videos oder auf der Startseite empfiehlt. Weiterhin ermöglicht YouTube eine Einbindung der Videos auf anderen Websites, die es ermöglicht, diese anzuschauen ohne die Seite verlassen zu müssen. Erleichtert wurde diese Einbindung für die Nutzer anderer Social Media-Plattformen, die mit nur einem Klick auf den entsprechende Button das gewünschte Video von YouTube an ihren Facebook- oder Twitter-Account weiterleiten können. Der Aufwand für den Nutzer ist gering, was eine schnelle Verbreitung der Videos unterstützt. Auf diese Weise können einige Videos schon kurz nach dem Hochladen eine große Anzahl von Aufrufen vorweisen.

Der Erfolg von YouTube hat nichts an der niedrigen Eintrittsbarriere für seine Nutzer geändert, „jedem eine Stimme zu geben“¹⁶⁵ ist noch immer eine der Ideen, die hinter YouTube stehen.

Twitter ist ein Mikroblogging-Dienst, dessen Nutzer sich in ihren Meldungen mit maximal 140 Zeichen mitteilen können. Gezielt gelesen werden diese sogenannten *Tweets* von den *Followers*, Nutzern, die die Nachrichten eines anderen Twitterteilnehmers abonniert haben.

Die Plattform besteht seit 2006 und war zu Anfang nur für den internen Gebrauch einer amerikanischen Podcast-Firma gedacht.¹⁶⁶ Schnell gewann der Nachrichtendienst an Popularität und zählt mittlerweile über 100 Millionen aktive Nutzer.¹⁶⁷ Als aktiver Nutzer gilt, wer sich regelmäßig bei Twitter einloggt, unabhängig von seiner Aktivität auf der Plattform. So verwenden nur 60% dieser Nutzer den Dienst, um eigene Nachrichten zu verfassen.¹⁶⁸ Präsent sind vor allem die zahlreichen Teilnehmer aus den Vereinigten

165 YouTube: *Häufig gestellte Fragen, Was ist die Vision von YouTube?* (2011)

166 Vgl. Carlson (2011), S.1

167 Vgl. Twitter: *Twitterblog, Eintrag vom 08.09.2011*

168 Vgl. Ebd.

Staaten, betrachtet man die Marktpenetration¹⁶⁹ in den einzelnen Ländern fällt die USA allerdings zurück. Neben Kanada und den beiden europäischen Staaten Großbritannien und den Niederlanden, nutzt vor allem in südamerikanischen und asiatischen Ländern ein großer Teil der Bevölkerung den Mikroblogging-Dienst.¹⁷⁰ Die weltweite Verwendung wird durch die siebzehn verschiedenen Sprachversionen unterstützt, in denen Twitter genutzt werden kann.¹⁷¹ Die Nutzerzahlen der deutschen Twitterteilnehmer stagnieren hingegen auf niedrigem Niveau. Trotz der Bekanntheit des Dienstes nutzen nur 3% der Internetteilnehmer Twitter.¹⁷²

Die vorgegebene Kürze der einzelnen *Tweets* senkt die Eintrittsbarriere für seine Nutzer und erleichtert die schnelle Verwendung des Dienstes, besonders von mobilen Endgeräten aus. Neue Meldungen werden innerhalb von Sekunden generiert, diese Aktualität macht die Besonderheit des Dienstes aus. Dieser wurde im Laufe der Zeit um einige Zusatzfunktionen erweitert, die die Einbindung von Bildern und Links erleichtern und so die Hauptfunktion der schnell herstellbaren Kurznachrichten unterstützen.

Obwohl der Dienst eigentlich auf einer einseitigen Kommunikation basiert, wurden zahlreiche Verhaltensregeln und neue Funktionen entwickelt, die einen Austausch mit anderen Nutzern ermöglichen. So werden *Tweets* mit bestimmten Symbolen versehen, die deutlich machen, wenn es sich um einen weitergeleiteten *Tweet*, eine Nachricht zu einem bestimmten Schlagwort oder eine direkte Antwort auf einen anderen *Tweet* handelt. Die meistgenutzten Schlagworte der Twitternutzer werden in einer Rangliste angezeigt, die dazugehörigen *Tweets* können eingesehen werden und animieren so andere Nutzer dazu, sich ebenfalls zu einem Thema zu äußern. An einen Nutzer adressierte Antworten werden diesem angezeigt, auch wenn er kein *Follower* des Absenders ist. Auf diese Weise wird ein direkter Dialog ermöglicht. Trotz dieser Möglichkeiten ist die Vernetzung bei Twitter „oft nicht wechselseitig, sondern einseitig. Weniger die Pflege sozialer Beziehungen als Themeninteressen motivieren dazu, einem Twitter-Stream zu folgen.“¹⁷³

Die *Tweets* sind für alle Internetnutzer einsehbar und können somit eine weitaus größere Öffentlichkeit erreichen als die der angemeldeten Twitterteilnehmer. Die Meldungen werden gespeichert und können auch im Nachhinein noch über eine Wortsuche gefunden werden, deren Erweiterungen auch eine gezielte Anfrage z.B. nach

169 Twitternutzer/Gesamtbevölkerung

170 Vgl. ComScore Data Mine: *The Netherlands lead Global Markets in Twitter.com reach* (10.02.11)

171 Vgl. Twitter: *Twitterblog*, Eintrag vom 08.09.2011

172 Vgl. Busemann/Gscheidle (2011), S.368f.

173 Neuberger/Nuernbergk/vom Hofe (2010), S. 21

Zeitraumen, Ort oder Sprache unterstützt.¹⁷⁴

Zu den aktiven Nutzern des Kurznachrichten-Dienstes gehören neben vielen Privatpersonen auch berühmte Persönlichkeiten und Unternehmen, die Twitter für ihre PR-Maßnahmen entdeckt haben.

Die globale Popularität der vorgestellten Social Media-Plattformen macht deutlich, dass nutzergenerierte Inhalte, die auf Facebook, YouTube oder Twitter veröffentlicht werden, einen Großteil der weltweiten Internetnutzer erreichen können. Da es eine große Schnittmenge an Nutzern gibt, die in zwei oder auch allen drei der großen Social Media-Plattformen aktiv ist, beschränkt sich die Verbreitung nicht auf eines der Netzwerke. Wie beschrieben, wird diese Vernetzung von den Plattformen unterstützt und sorgt so für ein Ineinandergreifen der einzelnen Teilöffentlichkeiten. Die deutschen Social Media-Nutzer, die ca. die Hälfte der deutschen Internetnutzer insgesamt ausmachen¹⁷⁵, haben somit Zugriff auf zahlreiche Informationen aus den unterschiedlichsten Teilen der Welt.

Alle drei Plattformen bieten außerdem sehr niedrige Eintrittsbarrieren und bemühen sich durch regelmäßige Erweiterungen um attraktive Funktionen, die die Nutzer zur essentiellen aktiven Mitwirkung animieren und das Beisteuern von nutzergeneriertem Inhalt vereinfachen.

3.1.1 Rolle der Social Media-Plattformen bei vergangenen Nachrichtenereignissen

Die vorgestellten Social Media-Plattformen haben im Zusammenhang mit einigen Nachrichtenereignissen bereits die Aufmerksamkeit der Nutzer weltweit erlangt. Die Vermittlung von relevanten Informationen fand bei diesen Ereignissen zu einem großen Teil im Social Web statt und stärkte mehr und mehr die Relevanz, die den Plattformen hinsichtlich der Nachrichtenübermittlung zugesprochen wurde.

Dabei beschränken sich die Möglichkeiten von Social Media nicht nur darauf, Augenzeugenberichte zu veröffentlichen und einzusehen, sondern lassen eine Mobilisierungsfähigkeit erkennen, die Bewegungen im Netz fördert und auf diese Weise Themen schnell einer großen Öffentlichkeit zugänglich macht. Diese Fähigkeit soll anhand zweier Ereignisse kurz dargestellt werden, bei denen die Rolle des Social Webs in der Bezeichnung des Ereignisses selbst gekennzeichnet wurde: Die Twitter-Revolution

¹⁷⁴ Vgl. Twitter: *Suche*

¹⁷⁵ Vgl. Busemann/Gscheidle (2011), S.368f.

im Iran 2009 und die Facebook-Revolution in Ägypten 2011.

Nach den Präsidentschaftswahlen im Iran im Jahr 2009 vermuten viele Iraner Wahlbetrug und gehen gegen den Ausgang der Wahl auf die Straße. Der Informationsaustausch und die Organisation der Demonstrationen findet größtenteils über Twitter statt.¹⁷⁶ Doch bald hat die Veröffentlichung von Informationen nicht mehr nur das Erreichen von Landsleuten zum Ziel, sondern soll die gesamte Weltöffentlichkeit erreichen, um aufzuzeigen, „wie das Regime mit dem eigenen Volk umgeht“.¹⁷⁷ Bei YouTube werden selbst hergestellte, meist mit Handykameras gefilmte Videos von den Demonstrationen hochgeladen. Um möglichst viele Menschen zu erreichen, ist die verwendete Sprache in den meisten Fällen Englisch. Den Auslandskorrespondenten der öffentlich-rechtlichen Sender ist es längst verboten auf offener Straße Filmaufnahmen zu machen,¹⁷⁸ ihre Materialien und Informationen beziehen auch sie von den Social Media-Plattformen. Twitter wird in dieser Zeit zu einem der wichtigsten Informationsquellen. Die zahlreichen *Tweets*, die während dieser Zeit zum Thema veröffentlicht werden, stammen dabei nicht zwangsläufig von Menschen vor Ort. Die Informationen müssen eingeordnet werden, wobei auch Falschmeldungen möglich und nicht unbedingt erkennbar sind. Viele Menschen setzen den Mikroblogging-Dienst aber auch ein, um ihre Meinung zu den Geschehnissen zu äußern oder Solidarität zu bekunden.

Eine ähnliche Situation zeigt sich Anfang 2011 in Ägypten. Auch hier werden die Demonstrationen, die sich gegen den Präsidenten richten, über die Social Media-Plattformen organisiert. Der Austausch findet zu einem großen Teil über Facebook-Gruppen statt, die für die Öffentlichkeit schwerer einsehbar sind als Twitternachrichten. Auf diese Weise wird die Gefahr der Kontrolle durch Gegner der Bewegung minimiert. In diesen Gruppen werden Missstände diskutiert und Gemeinsamkeiten entdeckt, die die einzelnen Mitglieder dazu motivieren, auf die Straße zu gehen.¹⁷⁹ Aber auch von den Ägyptern werden durch das Hochladen von Fotos und Videos über YouTube die Geschehnisse für die Weltöffentlichkeit dokumentiert.¹⁸⁰ Die Auslandskorrespondenten werden in ihrer Arbeit zwar nicht so stark eingeschränkt und können eigene Aufnahmen anfertigen, dennoch erreichen die von den Ägyptern hergestellten Inhalte viele Internetnutzer, die auf den Plattformen die Möglichkeiten nutzen, direkt auf die

¹⁷⁶ Vgl. Wenzel (20.10.2009)

¹⁷⁷ Ebd.

¹⁷⁸ Vgl. Friederichs (16.06.2009)

¹⁷⁹ Vgl. Noll (23.06.2011)

¹⁸⁰ Vgl. Leskovar (25.04.2011)

Informationen zu reagieren.¹⁸¹

Beide Beispiele machen Mobilisierungsfähigkeiten deutlich, die durch die Kommunikation im Social Web entstehen können und dabei nicht nur Auswirkungen auf direkt Betroffenen haben. Eine globale Öffentlichkeit nimmt über Social Media aktiv an den Ereignissen teil, was zu einer transkulturellen Verständigung zwischen den Nutzern führt. Es geht nicht vorrangig um die Verständigung zwischen zwei Ländern, sondern um die junger Social Media-Nutzer, die sich für eine bestimmte Sache gemeinsam einsetzen.

Weiterhin spielt diese Art der Nachrichtenüberbringung auch in Zusammenhang mit anderen Krisengebieten eine Rolle, in denen die Arbeit der Auslandskorrespondenten nur eingeschränkt möglich ist. Aufmerksamkeit wird im Social Web außerdem den „Augenzeugenberichte[n] im Kontext überraschender Negativereignisse“¹⁸² zuteil, wie Anschläge, Unfälle oder Naturkatastrophen, die dann von den Sendern für ihre Berichterstattung aufgegriffen werden. Besteht für die Korrespondenten nicht die Möglichkeit, eigenes Bildmaterial herzustellen, werden auch häufig die fremden Bildquellen übernommen und in den Beiträgen verwendet.

YouTube hat auf die Relevanz dieser Videos reagiert und mit CitizenTube einen Blog erstellt, auf dem regelmäßig eine Nachrichtenauswahl vorgenommen wird und den Nutzern YouTube-Videos zu aktuellen Nachrichten aus der ganzen Welt präsentiert.¹⁸³

Twitter verschob während der Proteste im Iran geplante Wartungsarbeiten, um die Kommunikation über die Plattform nicht unterbrechen zu lassen.¹⁸⁴ Diese Reaktionen lassen erkennen, welche Bedeutung den Nachrichtenereignissen auch von Seiten der Plattform-Betreiber zugeschrieben wird, die die Entwicklung hinsichtlich der Nachrichtenvermittlung über das Social Web unterstützen und dazu beitragen, dass Rezipienten sie mehr und mehr auch mit dieser in Verbindung bringen.

181 Exemplarisch sei hier auf ein YouTube-Video der ägyptischen Revolution verwiesen, welches Kommentare und Solidaritätsbekundungen von Nutzern der unterschiedlichsten Nationen erhalten hat. Vgl. YouTube: *Long Live Egypt* (2011)

182 Neuberger/Nuernbergk/vom Hofe (2010), S. 23

183 Vgl. YouTube: *CitizenTube* (2011)

184 Vgl. Twitter: *Twitterblog*, Eintrag vom 15.06.2009

4. Die Arbeit der Auslandskorrespondenten gegenüber Social Media

Social Media hat eine zunehmend wichtige Rolle im Zusammenhang mit Nachrichten aus dem Ausland inne. Produktion sowie Rezeption verändern sich und führen zu einem anderen Umgang mit Informationen, der auch Auswirkungen auf die Arbeitsmethoden und -bedingungen der Auslandskorrespondenten hat.

Im Folgenden sollen nun die Möglichkeiten von Social Media mit der Arbeit der Auslandskorrespondenten verglichen und dabei Stärken und Defizite beider Seiten herausgearbeitet werden. Die Eigenschaften des Social Web werden dabei auf Grundlage der im vorhergehenden Kapitel vorgestellten Plattformen und Ereignisse ausführlich erörtert und den bereits dargestellten Arbeitsmethoden der Auslandskorrespondenten und deren Auslandsberichterstattung gegenübergestellt.

Dabei bieten vor allem die Nachrichtenforschungen der Fernsehberichterstattung den Ansatzpunkt für einen Vergleich. Kommunikationstheoretische Forschungen bezüglich des Social Media existieren vornehmlich im Bereich der Public Relations und werden bezüglich des Nutzerverhaltens im Social Web ebenfalls berücksichtigt. Das Hinzuziehen von Erfahrungswerten und empirischen Befunden lässt zudem Hypothesen über die qualitative und quantitative Vertretung des Auslands, die sich den deutschen Rezipienten im Social Web darstellen, zu.

4.1 Eigenschaften von Social Media im Vergleich

a. Konkurrenz durch Bürgerjournalismus

„Today everyone is a reporter“¹⁸⁵ - Die Produktion und Verbreitung von Auslandsnachrichten wird nicht mehr nur von den Auslandskorrespondenten und den klassischen Medien geleistet, jeder Internetnutzer hat heutzutage die Möglichkeit, eigenes Material herzustellen und im Social Web zu verbreiten. Der Bürgerjournalismus etabliert sich mehr und mehr neben dem professionellen Journalismus.¹⁸⁶

Der Rezipient ist nicht mehr nur auf die Rolle des Konsumenten festgelegt, er kann eigenen Inhalte verbreiten und tritt auf diese Weise gleichzeitig als Produzent auf. Im Internet wird so aus Produzent und Konsument der *Prosumer*.¹⁸⁷ Facebook und Co. bieten ihnen nicht nur eine leicht zugängliche Plattformen, die weder wirtschaftlicher

185 Zit. Holm, Hans Henrik(2001) in Dreßler (2008), S.163

186 Vgl. Müller/Schröder (2008), S.113

187 Vgl. Beisswenger (2010), S.20

Grundlagen noch Lizenzierungen bedürfen, auch immer weiter entwickelte Technik, die einfach zu handhaben und für jedermann zugänglich geworden ist, stellt eine niedrige Eintrittsbarriere dar.¹⁸⁸

Vor allem im Bereich der audiovisuellen Inhalte hat die Technik in den letzten Jahren einen erheblichen Fortschritt gemacht. Videos können mit dem Handy kurzfristig angefertigt und sofort weitergeleitet werden. Es bedarf keiner aufwändigen Vorbereitung, um Inhalte über die Netzwerke zu verbreiten.

Die Qualität des Inhaltes ist dabei eher zweitrangig.¹⁸⁹ Dies betrifft sowohl die Bildqualität von Videos und Fotos, als auch die inhaltliche Qualität. *Prosumer* sind journalistische Amateure, deren Beiträgen keine journalistische Ausbildung oder ein Berufsethos zugrunde liegt. Während die Auslandskorrespondenten Ereignisse für ihre Rezipienten einordnen mit dem Ziel, die Inhalte korrekt zu vermitteln, können die Intentionen der *Prosumer* nicht immer nachvollzogen werden. Der Grund für eine Veröffentlichung drückt nicht selten auch ein Bedürfnis nach Anerkennung und Ruhm aus und dient gar nicht in erster Linie der Informationsvermittlung.¹⁹⁰ So ist auch die möglichst schnelle Verbreitung aktueller Nachrichten nicht wie bei den Fernsehsendern wirtschaftsökonomisch zu begründen, sondern richtet sich vielmehr nach dem Bedürfnis nach Aufmerksamkeit, die die inhaltliche Qualität dominiert. Im Gegensatz zu den Auslandskorrespondenten wird dabei auf die Korrektheit der Informationen nicht immer Wert gelegt, was vor allem durch leichte Veränderungen bei der Weiterverbreitung zu Fehlinformationen führen und Verzerrung, Vereinfachung und Missverständnis der eigentlichen Nachricht zur Folge haben kann. So leidet der Inhalt meistens dann, wenn es um eine möglichst schnelle Verbreitung von Neuigkeiten geht. Vor allem Twitter wird in diesem Zusammenhang oft kritisiert, weil gerade der Mikroblogging-Dienst auf eine möglichst schnelle Verbreitung von Nachrichten ausgerichtet ist.¹⁹¹ Auch das Unvermögen, die Quellen selbst mit Sicherheit identifizieren zu können, lässt die Rezipienten über mögliche Intentionen der Nachricht im Unklaren.

Eigen hergestellter Inhalt bietet den Rezipienten allerdings die Chance, Informationen aus Quellen zu erhalten, die in der Auslandsberichterstattung der Sender nicht enthalten sind. Die ungleichmäßige Abdeckung der verschiedenen Länder durch die öffentlich-rechtlichen Sender, die die Beitragsmöglichkeiten schon im Vorhinein festlegt, spielt bei

188 Vgl. Pleil (2010), S.3

189 Vgl. Müller/Schröder (2008), S.113

190 Vgl. Beisswenger (2010), S.20ff

191 Neuberger/Nuernbergk/vom Hofe (2010), S. 23

der Erstellung von Inhalten im Social Web keine Rolle. Einem Auslandskorrespondenten in seinem Berichterstattungsgebiet stehen viele einheimische Internetnutzer gegenüber, die auf den Social Media-Plattformen aktiv sind und eigene Inhalte aus ihrem Land teilen. Diese Nutzer bieten den Rezipienten eine größere Vielfalt an Sichtweisen, als es die Berichterstattung der Auslandskorrespondenten leisten kann. Zudem stehen die verschiedenen Hintergründe der Social Media-Teilnehmer der Elitenzentrierung gegenüber, die in der täglichen Berichterstattung oft zu erkennen ist.

Besondere Relevanz kommt diesen Quellen vor allem in drei Fällen zugute: Wenn sie aufgrund eingeschränkter Pressefreiheit in ihrer Arbeit behindert werden. Aufgrund ihres offiziellen Journalistenstatus sind Auslandskorrespondenten der Beobachtung und Kontrolle durch öffentliche Stellen ausgesetzt¹⁹². Zwar erfolgt in einigen Ländern durch die Zensur auch eine Beschränkung der Möglichkeiten im Social Web, doch in beiden Fällen ist die Vielzahl von privaten Internetnutzern weitaus schwieriger zu kontrollieren.

Wenn das Herstellen von Eigenmaterial für die Auslandskorrespondenten wegen der vor Ort herrschenden Bedingungen als zu gefährlich eingeschätzt wird, verlassen die Korrespondenten im Regelfall das Krisengebiet oder schränken, wenn sie vor Ort bleiben, gezwungenermaßen ihre Dreharbeiten ein. Für eine angemessene Berichterstattung fehlt in der Folge ausreichendes und aussagekräftiges Bildmaterial.¹⁹³

Die Einheimischen, die sich vor Ort befinden, haben die Möglichkeit, Ereignisse zu dokumentieren und durch Hochladen der Weltöffentlichkeit zugänglich zu machen.

Auch bei unvorhergesehenen Ereignissen werden kurze Nachrichten, verpackt in *Tweets* oder Statusmeldungen und auch Bilder und Videos von zufälligen Augenzeugen kurze Zeit später oder oft sogar auch schon währenddessen im Internet verbreitet. Vor allem Meldungen über Negativereignisse werden auf diesem Weg schnell einer großen Öffentlichkeit zuteil. Diese Aktualität können Korrespondenten gar nicht leisten. Die Sender stehen längst nicht mehr für Aktualität. Das einstige Attribut des Mediums Fernsehen wird mittlerweile dem Internet zugeordnet.

So greifen auch die Auslandskorrespondenten in diesen Fällen auf fremde Inhalte zurück. Diese Quellen bieten aber gleichzeitig auch den Rezipienten Informationen aus erster Hand, die nicht den Umweg über einen vermittelnden Journalisten gehen und die einen authentischen Eindruck vermitteln, zu dem auch die amateurhaften Herstellung beiträgt. Das zeigt sich vor allem bei Bildmaterial, denn gerade eigene Videos vermitteln Authentizität. Die Bedeutung und die Aussagekraft, die bewegte Bilder in der

¹⁹² Vgl. Hahn/Lönnendonker (2008), S.501f

¹⁹³ Vgl. *heute plus* vom 21.09.2011

Berichterstattung der Fernsehsender haben, wird ihnen auch im Internet zuteil und begründet mit den Erfolg von YouTube. Die Videoplattform erfüllt das Bedürfnis nach bewegten Bildern, die seit ihren Anfängen eine große Faszination auf die Menschen ausübten und das Fernsehen zum prägenden Medium des 20. Jahrhunderts machten. Mittlerweile üben Videos, die über Social Media Plattformen verbreitet werden, ebenfalls einen großen Einfluss auf die Nutzer aus. Ereignisse, die man mit eigenen Augen beobachten kann, bieten Orientierung und scheinen eine sichere Information zu vermitteln.¹⁹⁴ Da im Gegensatz zu den öffentlich-rechtlichen Sendern nicht zwingenderweise eine textliche Einordnung der Videos durch die jeweiligen Nutzer vorgenommen wird, kann es allerdings leicht zu einer Missinterpretation der Bilder führen.

Dabei kann man den Begriff des Bürgerjournalismus durchaus auf die Social Media-Nutzer ausweiten, die nicht durch das Erstellen von Inhalten, sondern „nur“ durch eine „öffentlich zugängliche Bewertung“ von Inhalten oder eine „Mitgliedschaft einer entsprechenden Gruppe“¹⁹⁵ ihre Meinung zu einem Thema zum Ausdruck bringen. Denn auch diese Handlungen erreichen die Öffentlichkeit, machen Standpunkte deutlich und können neue Perspektiven einbringen, die auf den Social Media-Plattformen ein differenziertes Meinungsbild entstehen lassen. Die Eintrittsbarriere ist sogar noch niedriger, denn oft kann man bereits mit einem Klick mitteilen, ob ein Inhalt gefällt oder nicht.

Wie viele Nutzer tatsächlich erreicht werden, kann nicht vorausgesagt werden. Die Öffentlichkeit entsteht erst durch die Partizipation der Nutzer und kann auf diesem Wege auch noch lange Zeit nach der Veröffentlichung weiter verbreitet werden. Die öffentlich-rechtlichen Sender dagegen können die Öffentlichkeit, die sie erreichen, mithilfe ihrer Reichweite bestimmen. Darin liegt gleichzeitig auch ihre Begrenzung wohingegen die Social Media-Plattformen einen Dialog erlauben, der unabhängig von Ländergrenzen funktioniert.¹⁹⁶ Auch wenn die Sender mittlerweile viele Inhalte auch schon im Internet anbieten und somit theoretisch eine größere Öffentlichkeit erreichen könnten als die bloße Sendereichweite, so bezieht sich der Bekanntheitsgrad und die Ausrichtung vornehmlich auf eben dieses Gebiet.

¹⁹⁴ Vgl. Beisswenger (2010), S.17ff

¹⁹⁵ Pleil (2010), S.3

¹⁹⁶ Vgl. ebd. S.7

b. Möglichkeiten des Dialogs und der Gemeinschaft

Im Gegensatz zur Einwegkommunikation der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender, in der das Publikum auf die Rezipientenrolle beschränkt bleibt,¹⁹⁷ basieren die Social Media-Netzwerke auf Dialog und ermöglichen so Kommentare und Fragen. Reaktionen auf das klassische Fernsehprogramm erfordern dagegen einen Medienbruch, der eine höhere Eintrittsbarriere für den Rezipienten darstellt, da er im Vergleich zum Social Web mit mehr Aufwand verbunden ist.

Der öffentliche Dialog auf den Social Media-Plattformen aber bietet dem Nutzer zum einen die Möglichkeit, dem Verfasser eine direkte Reaktion auf seinen veröffentlichten Inhalt zu geben und ermöglicht zur gleichen Zeit auch den Austausch über das Thema mit anderen Nutzern. Der Dialog schafft einen Mehrwert zum veröffentlichten Inhalt, der den Nutzern, unabhängig von der direkten Teilnahme am Dialog, neues Wissen vermittelt, welches neben reinen faktischen Informationen auch neue Sichtweisen erhalten kann. Jeder Internetnutzer hat die Möglichkeit, an der Kommunikation teilzunehmen und ist dabei nicht von vornherein auf eine Rolle festgelegt, kann als Verfasser, Kommentator, Vermittler oder Publikum auftreten und zwischen den einzelnen Rollen spontan wechseln.¹⁹⁸ Die Rolle von Verfasser und Kommentator ist dabei vorwiegend an eine Anmeldung bei der jeweiligen Plattform gebunden, während die Vermittlerrolle fast gar keine Eintrittsbarriere vorweisen kann und meist mit einem Klick zur Weiterverbreitung des Inhaltes beiträgt. Bei Twitter ist eine Unterscheidung zwischen Autor und Kommentator fast gar nicht auszumachen.¹⁹⁹

Der persönliche Kontakt zu anderen Social Media-Nutzern lässt innerhalb der Plattformen Gemeinschaften von Nutzern entstehen, die sich aufgrund von Gemeinsamkeiten verbunden fühlen.²⁰⁰ Dabei kann ein Nutzer durchaus mehreren Gemeinschaften angehören und stellt somit gleichzeitig einen Verbindungspunkt zwischen den verschiedenen Gruppen dar. Geschehnisse aus anderen Ländern können auf diese Weise Aufmerksamkeit erlangen und aus einer Gruppe heraus an eine größere Öffentlichkeit weitergetragen werden. Aufgrund der persönlichen Nähe und des Verbundenheitsgefühls, welches durch die Social Media-Gemeinschaften entstanden ist, kommt ein regelmäßiger und persönlicher Zugang zu bestimmten Nachrichten zustande. In der Auslandsberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender wird Anteilnahme und

197 Vgl. ebd. S.6

198 Vgl. Pleil (2010), S.7

199 Vgl. Neuberger/Nuernbergk/vom Hofe (2010), S. 23

200 Vgl. Kleinsteuber (2003), S.156f.

Identifikation durch die Personalisierung von Berichten mit Privatpersonen erreicht,²⁰¹ die hauptsächlich in der mittel- oder langfristigen Berichterstattung zu finden sind. Eine kontinuierliche Verbundenheit baut sich aus Rezipientensicht dabei eher mit den Auslandskorrespondenten auf, die, im Gegensatz zu den Dargestellten, regelmäßig auf dem Bildschirm zu sehen sind und durch ihr vertrautes Auftreten den Rezipienten die Auslandsnachrichten näher bringen. Diese Nähe beinhaltet dagegen nicht die Vorteile eines Dialoges, zudem befinden sich beide Seiten auf unterschiedlichen Ebenen mit fester Rollenverteilung. Die Auslandskorrespondenten sehen sich selbst einen Elitejournalismus betreiben, der bereits die oftmals schwierige Kommunikation mit den Heimatredaktionen kennzeichnet²⁰² und die auch dem Rezipienten gegenüber die vermittelnde Expertenrolle einnehmen.

c. Mobilisierungspotenzial

Die fehlende direkte Reaktionsmöglichkeit beim Fernsehen macht weitere Vorteile der Social Media-Plattformen deutlich. Gerade die knappe tägliche Berichterstattung, bei der die reine Informationsvermittlung im Vordergrund steht und Hintergründe und Ursachen nicht ausführlich behandelt werden, kann bei den Rezipienten die passive Reaktion hervorrufen, die dargestellten Nachrichten als gegeben und unveränderbar anzunehmen. Die Rezipienten sind an den großen Anteil, den die sogenannten *bad news* in den Nachrichten ausmachen, gewöhnt. Die dadurch ausgelösten Emotionen reichen selten über die Dauer einer Sendung heraus und verflachen zur Folgenlosigkeit.²⁰³

Innerhalb der Social Media-Netzwerke zeigen sich dagegen ganz andere Handlungsweisen. Die Nutzer werden durch bereits veröffentlichte Inhalte anderer Nutzer motiviert zu reagieren. Auf diese Weise können Gemeinsamkeiten entdeckt, Probleme und Lösungswege erörtert und gleiche Ziele herausgefunden werden. Diese Mobilisierungsfähigkeit kann auch Folgen außerhalb des Internets bewirken, wie sich bei den Revolutionen in Ägypten und dem Iran gezeigt hat. Dabei beschränkt sich das Mobilisierungspotenzial nicht nur auf direkt Betroffene. Allein der Beitritt in eine entsprechende Gruppe, eine positive Bewertung oder ein Kommentar, mit deren Hilfe Solidarität gezeigt wird, entspricht einer aktiven Reaktion und kann von Nutzern aus der ganzen Welt getätigt werden. Wer aktiv etwas beitragen möchte, bekommt durch Social Media Möglichkeiten für konkrete Aktionen geboten und befindet sich dadurch automatisch näher am aktuellen Geschehen.

201 Vgl. Breckl (2006), S.117

202 Vgl. Dreßler (2008), S.163

203 Vgl. Breckl (2006), S. 162f

d. Völkerverständigung im Social Web

Die Nutzer sind weltweit miteinander vernetzt und können sich direkt austauschen. Der aktive Dialog, die Gemeinschaften und die Möglichkeiten zum Handeln sind allesamt Eigenschaften von Social Media, die zu einer globalen Kommunikation beitragen und somit die Völkerverständigung unterstützen. Merkmale, die das Medium Fernsehen in der Form nicht bieten kann. Die Auslandskorrespondenten der öffentlich-rechtlichen Sender versuchen ihrem Auftrag der Völkerverständigung dagegen durch verantwortungsvolle Auslandsberichterstattung gerecht zu werden und den Rezipienten auf diese Weise Menschen und Kulturen eines Landes näher zu bringen. Im Gegensatz zur interkulturellen Kommunikation durch die Sender findet auf den Social Media-Plattformen eher eine transkulturelle Kommunikation statt,²⁰⁴ bei der nicht die Vermittlung zwischen zwei Nationen im Vordergrund steht, sondern die vielmehr einen Austausch ermöglicht, der auf Gemeinsamkeiten basiert, unabhängig der Herkunft.

e. Digitale Kluft

Auch wenn es den Anschein macht, dass durch das Internet ein „globales Dorf“ entstanden ist, in dem jedem Nutzer weltweit die Möglichkeit gegeben ist, Informationen der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, so muss beachtet werden, dass es, trotz relativ niedriger technischer Eintrittsbarrieren, noch viele Länder gibt, in denen diese technischen Grundlagen noch längst keine Selbstverständlichkeit sind. Besonders die Entwicklungsländer sind in diesem Zusammenhang benachteiligt. Wurde während der Diskussion über eine „Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung“ in den 70er Jahren noch der Fakt thematisiert, dass durch fehlende technische Entwicklungen vor allem die Länder der „Dritten Welt“ nicht die Medienstruktur für eine gute Nachrichtenversorgung bieten können, so lässt sich dieser Missstand auch auf die vergleichsweise geringe Anzahl von Internetnutzern in diesen Ländern übertragen, was ebenfalls eine niedrige Social Media-Beteiligung zur Folge hat.²⁰⁵ Nutzernachrichten aus diesen Ländern haben somit eine geringere Chance, die Aufmerksamkeit einer großen Öffentlichkeit zu erreichen. Der Mangel an vielfältigen Sichtweisen kann die Informationslage schnell einseitig erscheinen lassen, zudem gefährdet die nicht vorhandene Präsenz auf den Social Media-Plattformen das Bewusstsein der Nutzer für bestimmte Länder. Es wird deutlich, dass eine „digitale Kluft“ zwischen den verschiedenen Teilen der Welt liegt, die einige Länder aus der globalen Kommunikation

204 Vgl. Kleinsteuber (2003), S.156f

205 ITU (Hrsg.) (2011), S.4

nahezu ausschließt. Betroffen sind davon Länder, die auch für die öffentlich-rechtlichen Sender hauptsächlich zur Peripherie zählen, wie ein Großteil der afrikanischen Staaten. Für Länder, wie z.B. die Philippinen oder auch viele südamerikanische Staaten, die bei den öffentlich-rechtlichen Sendern ebenfalls zu einem großen Berichterstattungsgebiet zählen, in denen die technische Eintrittsbarrieren allerdings keine schwer überwindbare Hürde darstellen und die Social Media-Plattformen einen großen Zulauf haben, bedeutet Social Media wiederum eine Chance mehr ins Bewusstsein der Nutzer zu rücken. Aber auch innerhalb eines Landes, in dem große soziale Unterschiede herrschen, kann die „digitale Kluft“ existieren und einen Teil der Bevölkerung und somit eine Perspektive auf Ereignisse aus der Kommunikation ausschließen.

Diese Kluft kann zu einem Teil von den Auslandskorrespondenten überwunden werden, die eine vielfältige Berichterstattung anstreben. Um möglichst viele Seiten ihres Berichterstattungsgebiets aufzuzeigen, werden Themen abseits der aktuellen Nachrichtenlage bewusst ausgewählt und den Zuschauern vor allem in der mittel- und langfristige Berichterstattung zugänglich gemacht. Die öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten sehen diese Art der Berichterstattung als Teil ihrer Aufgabe an und machen so auf Themen aufmerksam, die sonst nicht den Weg an eine große Öffentlichkeit gefunden hätten.

f. Gatekeeperfunktion vor dem Hintergrund des Social Webs

Kommt den Rezipienten gegenüber den Fernsehsendern die Rolle der passiven Zuschauer zu, denen Informationen dargelegt werden, die im Vornherein für sie ausgewählt wurden, so besteht auf den Social Media-Plattformen die Möglichkeit, aktiv zu bestimmen, welche Informationen als interessant erachtet und weiterverfolgt werden. Diese Entscheidung kann von jedem Nutzer individuell getroffen und je nach Hintergrundwissen und Interesse angemessen ausgeweitet werden. Die Auslandsberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender ist dagegen auf einen homogenen Rezipientenkreis ausgerichtet, der keinen potentiellen Zuschauer ausschließen soll. Während Auslandskorrespondenten und Heimatredaktionen Inhalt und Art der Berichterstattung festlegen, steht auf den Social Media-Plattformen Selbstbestimmtheit im Mittelpunkt der Informationsbeschaffung. Der Nutzer bestimmt selbst den Nachrichtenwert von Ereignissen und kann dabei flexibel aus einer Vielzahl von Inhalten auswählen.

Durch die Social Media-Plattformen wird den Nutzern eine Themenvielfalt geboten, die zugleich ein differenziertes Meinungsbild beinhaltet. Die Auslandskorrespondenten sind zwar aufgrund ihrer Präsenz vor Ort in der Lage, Stimmungen einzufangen und in der

Berichterstattung zu verarbeiten, jedoch ist ihnen bewusst, „dass allein schon in der Auswahl der Themen und der Fakten eine -subjektive- Gewichtung liegt“²⁰⁶. Der Berichterstattung der Auslandskorrespondenten, die eine möglichst hohe Objektivität anstrebt, stehen die zahlreichen Meldungen der Social Media-Nutzer gegenüber, die im Kollektiv betrachtet ein stimmiges und damit objektives Abbild der Situation darstellen.

Die Social Media-Plattformen eröffnen den Nutzern einen Umgang mit Nachrichten aus dem Ausland, der nicht durch die Gatekeeperrolle der Auslandskorrespondenten beeinflusst wird, sondern einen individuellen Zugriff auf jegliche im Netz vorhandenen Themen und Meinungen ermöglicht. Die Auslandskorrespondenten sind nicht länger verantwortlich, welche Informationen aus dem Ausland die deutsche Öffentlichkeit erreichen. Vielmehr schafft sich die Öffentlichkeit selbst, indem Nachrichten durch die Partizipation der Nutzer weitergeleitet werden.²⁰⁷ *„Die Verbreitung folgt dabei weder den Distributionsplänen der Medienhäuser, noch lässt sie sich von Mediaplanern zähmen. Sie folgt den sozialen Mustern von Interessens- und Lebensgemeinschaften, die unvermittelt und kaum beeinflussbar danach entscheiden, was ihnen wertvoll oder aus sonstigen Gründen empfehlenswert erscheint.“*²⁰⁸ Welche Nachrichten durch Social Media eine große Öffentlichkeit erreichen, kann dabei allerdings nicht vorausgesagt werden. Zudem können Themen auch noch lange Zeit nach ihrer eigentlichen Veröffentlichung von den Nutzern aufgegriffen werden. Das Internet „vergisst nicht“ und ermöglicht den Nutzern zu jedem Zeitpunkt eine selbstbestimmte Recherche, während die Berichterstattung sich an aktuellen Themen orientiert.

Ein Gatekeeper im Social Web tritt wenn dann meist in der Form von Regierungen auf, die der Informationsbeschaffung in ihrem Land eine Zensur auferlegen und die Beteiligungsmöglichkeiten im Social Web erheblich einschränken.

Dagegen ist die Gatekeeperrolle der Auslandskorrespondenten nicht zwangsläufig negativ zu bewerten. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern übernehmen sie die Arbeit der Selektion und der Einordnung der Geschehnisse in einen für die Rezipienten verständlichen Kontext. Innerhalb der Social Media-Plattformen ist diese Vermittlungsleistung dagegen nicht gegeben, was aufgrund der großen Informationsflut im Internet zu einer quantitativen wie auch qualitativen Überforderung der Nutzer führt.²⁰⁹ Diese müssen aus der Überfülle an Informationen selbständig selektieren und urteilen. Neben den Freiheiten, die die Plattformen bei der globalen Kommunikation bieten,

206 ARD: intern.tagesschau.de/Fragen, Wodurch zeichnet sich die Tagesschau aus?

207 Vgl. Pleil (2010), S.7

208 Mielau/Schmiegelow (2010), S.107

209 Vgl. Neuberger/Nuernbergk/vom Hofe (2010), S. 14

besteht also weiterhin Vermittlungsbedarf, der nicht selten „durch die globale Zugänglichkeit des Internets selbst“²¹⁰ erst zustande kommt.

Die öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten haben bei ihrer Vermittlungsarbeit dabei stets ihre Zuschauer im Blick, für die sie den Auftrag des kulturellen Übersetzers zu erfüllen haben. Im Gegensatz zu den Beiträgen auf den Social Media-Plattformen sind ihre Berichte auf den Wissensstand und den kulturellen Hintergrund der deutschen Rezipienten abgestimmt. Eine Vermittlungsarbeit, die aus mehreren Gründen bei Social Media nicht vorausgesetzt werden kann. Der potentielle Rezipientenkreis schließt hier eine globale Öffentlichkeit ein, deren kulturelle Vielfalt rezipientenorientierte Inhalte unmöglich macht. Zwar werden auch Inhalte veröffentlicht, die sich gezielt an einen bestimmten Personenkreis richten, dass diese Informationen aber von anderen Nutzern ebenfalls eingesehen werden und eventuell Missverständnisse hervorbringen können, wird von den Erstellern meist außer Acht gelassen. Die Social Media-Nutzer handeln zudem nicht nach professionellen journalistischen Grundsätzen, die das Verständnis der Rezipienten als Ziel haben, auf den Plattformen werden, wie bereits dargestellt, vielmehr Kriterien wie Aktualität und positive Selbstdarstellung priorisiert. Die Nutzer beschränken sich dabei meist „auf die bloße Beschreibung des Ereignisses“²¹¹, statt diese in einen Kontext zu bringen. Ihren Inhalten liegt dabei der eigene Wissensstand und kulturelle Hintergrund zugrunde. Verantwortungsbewusstsein für ihre Auswahl ist keine Voraussetzung, wohingegen die Auslandskorrespondenten sich am öffentlich-rechtlichen Auftrag und dem eigenen Berufsethos orientieren. Vertrauenswürdige Social Media-Quellen sind nicht immer deutlich zu identifizieren. Die Auslandskorrespondenten sehen in den Bürgerjournalisten nicht nur eine Konkurrenz, sie bemängeln gleichzeitig die abnehmende Professionalisierung, die mit dieser Entwicklung einhergeht.²¹²

Einen weiteren Aspekt, der eine nicht unerhebliche Hürde für die Informationsaufnahme auf Social Media-Plattformen bedeutet, stellt die Sprache dar. Inhalte in einer Sprache, die der Nutzer nicht beherrscht, werden unabhängig ihres Informationsgehaltes als uninteressant eingestuft oder, soweit diese vorhanden sind, lediglich auf die Bilder reduziert. Zwar gibt es Nutzer, die als Übersetzer auftreten, allerdings kann deren Glaubwürdigkeit nicht sicher bestimmt werden und es besteht die Möglichkeit der Fehlinterpretation. Auch für die Auslandskorrespondenten können die Sprachen in ihren Berichterstattungsgebieten eine Behinderung ihrer Arbeit bedeuten, im Gegensatz zu den Social Media-Nutzern können sie auf vertraute Übersetzer zurückgreifen und in der

210 Hahn/Schröder (2008), S.493

211 Ebd.

212 Vgl. ebd.

Einordnung der Informationen auf ihre Erfahrungen vor Ort zurückgreifen.

Trotz der umfangreichen Möglichkeiten, die Social Media den Rezipienten bietet, besteht weiterhin ein Bedarf an journalistischer Vermittlungsleistung²¹³, die durch die Arbeit der Auslandskorrespondenten gewährleistet werden kann. Sie „sind sich ihrer Aufgaben bewusst, die durch das Internet nicht substituiert werden können, die kulturelle Einordnung von Informationen und deren glaubwürdige Vermittlung“²¹⁴.

g. Sehgewohnheiten der Rezipienten

Die Informationsflut im Internet hat auch Auswirkungen auf die Sehgewohnheiten der Nutzer. Durch das Überangebot an Informationen ist es schwieriger geworden deren Aufmerksamkeit zu erlangen. Dies wird nicht nur auf den Social Media-Plattformen deutlich, auch für die öffentlich-rechtlichen Sender wird die Aufmerksamkeit ihrer Rezipienten mehr und mehr zur knappen Ware. Die passive Rolle, die den Zuschauern bei den Sendern zukommt, unterstützt diese Entwicklung zusätzlich. Die Rezipienten gehen dazu über, Inhalte nur zu scannen, um sich bei Interesse eventuell mit einem Thema näher zu befassen. Die Kürze von Meldungen und Videos auf den Social Media-Plattformen bietet Nutzern die beste Voraussetzung, um sich schnell einen Überblick zu verschaffen. Dieser Vorgang ist aktiv und eigenständig. Dagegen bewirkt die passive Rolle gegenüber den Sendern, dass das Fernsehen oftmals nur als Begleitmedium genutzt wird, dem nur noch eine partielle Aufmerksamkeit der Rezipienten entgegenkommt. Die Kommunikation mit den Zuschauern ist gestört und somit kann auch die Vermittlungsleistung der Auslandskorrespondenten nicht garantiert werden.²¹⁵

Ist das Interesse der Rezipienten an einem bestimmten Thema geweckt, kommt entsprechenden Beiträgen mehr Aufmerksamkeit zu. In diesem Fall bietet gerade das Social Web gute Voraussetzungen für eine ausführliche Hintergrundrecherche. Während diese selbstbestimmt ausgeführt wird, werden dem Zuschauer im Programm der öffentlich-rechtlichen Sender Themen präsentiert, die die Aufmerksamkeit möglichst vieler Zuschauer erlangen sollen. Die Magazinformate der beiden Sender bieten dabei einen Präsentationsrahmen, der eine abwechslungsreiche Darstellung der Themen verspricht und so den Sehgewohnheiten der Rezipienten entgegenkommt.²¹⁶ Trotzdem hat das Interesse der Zuschauer an den Auslandsmagazinen nachgelassen. Auslandsthemen üben auf die Zuschauer längst nicht mehr die durch den Exotismus der

213 Vgl. Neuberger/Nuernbergk/vom Hofe (2010), S. 14

214 Hahn/Schröder (2008), S.491

215 Vgl. Graf (2010), S.39ff

216 Vgl. Breckl (2006), S.27f

fremden Länder hervorgerufene Faszination aus. Aufgrund der durch Social Media gegebenen und jederzeit verfügbaren Kommunikationsmöglichkeiten, stellen Berichte aus anderen Teilen der Welt längst keine Besonderheit mehr da.

Auch wenn sich der Rezeptionshabitus der Zuschauer durch Social Media verändert haben, ist dieser noch stark von der Fernsehberichterstattung beeinflusst. Das Fernsehen wurde nach dem 2. Weltkrieg „zum weltweit prägenden Medium von Information und Unterhaltung“²¹⁷ und so wurde den Auslandskorrespondenten der öffentlich-rechtlichen Sender, die bereits kurz nach ihrer Gründung mit dem Aufbau weltweiter Korrespondentennetze begannen, auch eine historiographische Aufgabe zuteil, die den Wissensstand und das kulturelle Verständnis der deutschen Rezipienten geformt hat.²¹⁸ *„Noch im Internetzeitalter verdanken wir [...] wohl den überwiegenden Teil unserer (Er-)Kenntnisse über entfernte Ereignisse, Zustände und Eigenarten anderer Regionen und Länder den Vermittlungsleistungen von [klassischen] Medien oder medialen Infrastrukturen.“*²¹⁹ Vor allem in Zusammenhang mit nachrichtennahen Berichterstattungsgebieten hat sich eine Nachrichtenhistorie entwickelt, die immer in der Rezeption mitwirkt und die Einschätzung von Nachrichten aus diesen Ländern entsprechend beeinflusst.²²⁰ Auch in der Auslandsberichterstattung verwendete stereotype Bilder werden mit bestimmten Ländern oder Kulturen assoziiert.²²¹ Dieser Rezeptionshabitus ist Teil der kulturellen und sozialen Entwicklung und bestimmt automatisch ebenfalls das Rezeptionsverhalten der deutschen Nutzer auf den Social Media-Plattformen.

Vor allem die täglichen Nachrichtensendungen von ARD und ZDF bilden noch immer eine feste Größe bei der Informationsbeschaffung der Rezipienten²²² und ordnen für sie in gewohnter Weise die Welt. Die Tradition einer festen Erzählweise genießt die Glaubwürdigkeit der Zuschauer²²³ und verkörpert trotz der vielfältigen Social Media-Inhalte einen Bezugspunkt zur Bestimmung des Nachrichtenwertes eines Ereignisses. Auch die öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten profitieren von dem Vertrauen in die beiden Sender, obgleich sie längst nicht mehr den Elitestatus innehaben, der dem Berufsstand zugeordnet wurde als diese den einzigen Bezugspunkt in ein fremdes Land darstellten. So stellt auch die Entwicklung von Social Media eine Veränderung dar, die

217 Beisswenger (2010), S.17

218 Vgl. Verhein-Jarren (1990), S.26

219 Kamps (2008), S.80

220 Vgl. Dreßler (2008), S.164

221 Vgl. Topf (2003) S.92

222 Vgl. Geese/Zubayr (2009), S.160ff

223 Vgl. Topf (2003), S.51

„die Auslandsberichterstattung aus dem intellektuellen Elfenbeinturm des Elitejournalismus heraus“²²⁴ befördert.

4.2 Einbindung von Social Media bei der öffentlich-rechtlichen Auslandsberichterstattung

Die Veränderungen durch Social Media und die Auswirkungen auf den Rezeptionshabitus der Zuschauer fordern auch von den öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten und ihren Sendern, sich der neuen Kommunikationsform zu stellen. Dabei steht nicht die Konkurrenzbeziehung zum partizipativen Journalismus des Social Webs im Vordergrund, sondern der Nutzen für die öffentlich-rechtliche Auslandsberichterstattung, die aus den Möglichkeiten der Plattformen gezogen werden kann. Auch wenn die Auslandskorrespondenten in erster Linie ihr konventionelles Medium bedienen und in die Planung miteinbeziehen,²²⁵ werden die drei großen Plattformen von beiden öffentlich-rechtlichen Sendern bereits genutzt, um mit der Auslandsberichterstattung auch die Aufmerksamkeit der Social Media-Nutzer zu erlangen.

So haben ARD wie auch ZDF eigene YouTube Kanäle,²²⁶ auf denen sie eine Auswahl von Inhalten aus dem aktuellen Fernsehprogramm präsentieren. Speziell für die Plattform hergestellte Inhalte sind darunter eher selten zu finden. Die Kanäle dienen vielmehr der Nutzerwerbung und enthalten einen weiterführenden Link zur eigenen Webpräsenz oder Mediathek, auf denen nur mehr eingeschränkte Social Media-Funktionen gegeben sind. Die Anschlusskommunikation auf der Videoplattform entwickelt sich meist unter den Nutzern, die Sender liefern lediglich den Anstoß mit der Veröffentlichung ihrer Inhalte.²²⁷

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei dem sozialen Netzwerk Facebook. Auch auf dieser Plattform sind ARD und ZDF mit verschiedenen Profilen vertreten.²²⁸ Dazu gehören auch eigene Profile der jeweiligen Nachrichtensendungen. Die ARD stellt mit einer Seite für den Weltspiegel zudem auch der Magazinsendung einen eigenen Auftritt in dem sozialen Netzwerk und damit ein Profil, bei dem die Auslandsberichterstattung im Mittelpunkt steht. Auf Facebook werden Beiträge nicht direkt veröffentlicht, sondern es wird durch Links auf bestimmte Inhalte hingewiesen und so die Aufmerksamkeit der Nutzer auf

224 Dreßler (2008), S.163

225 Vgl. Hahn/Schröder (2008), S.494

226 ARD: *YouTube-Kanal* (2011)

ZDF: *YouTube-Kanal* (2011)

227 Vgl. ebd.

228 ARD: *Facebook-Profil* (2011)

ZDF: *Facebook-Profil* (2011)

Sendetermine oder Berichte auf der jeweiligen Internetseite gelenkt. Im Gegensatz zu YouTube treten hier die Internetredaktionen der öffentlich-rechtlichen Sender mehr in Interaktion mit den Nutzern und verwenden das Netzwerk vermehrt für die journalistische Vermittlung. Die Statusmeldungen richten sich direkt an die Nutzer und bewirken mit gezielten Fragen zu aktuellen Themen eine Diskussion, die allerdings hauptsächlich zwischen den Nutzern erfolgt. Ob ein In- oder Auslandsthema behandelt wird, richtet sich nach der aktuellen Nachrichtenlage, wobei ein hoher Nachrichtenwert bei der Veröffentlichung nicht immer ein Kriterium darstellt und den Redaktionen die Möglichkeit gibt, auch Inhalte, die in den Nachrichtensendungen keinen Platz finden, zur Diskussion darzulegen. Aber auch bei Facebook findet keine direkte Kommunikation mit den Auslandskorrespondenten statt, so wird auch das Weltspiegelprofil hauptsächlich für Hinweise zu den einzelnen Sendungen genutzt.²²⁹

Anders beim Mikroblogging-Dienst Twitter. Zuerst seien allerdings der *Tagesschau*-Account der ARD²³⁰ und, für das ZDF und seine Nachrichtensendung, der ZDFonline-Account²³¹ genannt, die, gleich den beiden anderen Plattformen, hauptsächlich auf bestimmte Inhalte der jeweiligen Internetpräsenz aufmerksam machen. Die *Tweets* enthalten regelmäßig Verlinkungen, die den Nutzern die Einsicht in eine ausführlichere Berichterstattung bieten, die bei Twitter aufgrund der kurzen Meldungen gar nicht erst geboten werden kann. Zusätzlich bietet das ZDF allerdings noch einen Reporter-Account an, der „Live-Berichte von Reportern vor Ort“ anbietet.²³² Dieses Konto wird bei aktuellen Ereignissen im Ausland von den jeweiligen Korrespondenten genutzt, um die Nutzer sofort über wichtige Neuigkeiten unterrichten zu können. Verlinkungen sind nicht üblich, bei diesen Meldungen geht es tatsächlich um die Information, die in der kurzen Textnachricht enthalten ist.²³³ Da die twitternden Korrespondenten je nach Ereignislage wechseln, ermöglicht der Account keine konstante Berichterstattung über ein Berichterstattungsgebiet, dafür hat der Nutzer die Chance, mit den Auslandskorrespondenten direkt zu kommunizieren. Den Rahmen für ausführliche Antworten bietet der Mikroblogging-Dienst dabei nicht. Während bei den bereits genannten öffentlich-rechtlichen Vertretungen im Netz eine Online-Redaktion für die Inhalte zuständig ist, erstellen die Auslandskorrespondenten hier auf der Ebene der Nutzer, wenngleich auch abhängig von der Ereignislage, ihren Content selber.

Die von Neuberger beschriebenen Beziehungen zwischen Journalismus und Social Web

229 Vgl. ebd.

230 ARD: *Twitter-Konto* (2011)

231 ZDF: *Twitter-Konto, ZDFonline* (2011)

232 ZDF: *Twitter-Konto, ZDF-Reporter vor Ort* (2011)

233 Vgl. ebd.

sind ebenfalls in der Social Media- Nutzung der öffentlich-rechtlichen Sender zu erkennen ²³⁴ und sollen im Folgenden konkret anhand der Arbeit der Auslandskorrespondenten beschrieben werden.

Trotz der Integration der Social Media-Plattformen in die professionelle Vermittlungsarbeit der öffentlich-rechtlichen Sender ergibt sich kein vollständiges Bild der Auslandsberichterstattung. Ein direkter Kontakt zu den verantwortlichen Auslandskorrespondenten ist nicht gegeben, wodurch der elitäre Status der Korrespondenten bewahrt bleibt. Dennoch haben die öffentlich-rechtlichen Sender durch ihre Präsenz im Social Web Einfluss auf die von den Nutzern geführten Diskussionen. Dies und die Einbindung von Social Media-Funktionen auf den eigenen Internetpräsenzen bilden die Grundlage für eine funktionierende Komplementärbeziehung mit dem partizipativem Journalismus der Nutzer. Zwar zählen die Nutzer, die die öffentlich-rechtlichen Sender auf den Plattformen mit ihrem Angebot erreichen, wahrscheinlich zum größten Teil auch zu der Öffentlichkeit, die regelmäßig mit dem regulären Fernsehprogramm erreicht wird, trotzdem animieren gerade die niedrigen Hürden zur Weiterverbreitung im Social Web die Nutzer dazu, öffentlich-rechtlich thematisierte Inhalte aufzugreifen und auf diese Weise den professionellen Journalismus zu ergänzen. So erleichtern auch die Verweis-Buttons zu den Social Media-Plattformen, die auf den Internetpräsenzen beider Sender zu finden sind, die Verbreitung öffentlich-rechtlicher Inhalte durch die Nutzer. Mithilfe dieser Buttons, die unter den Beiträgen zu finden sind, kann mit nur einem Klick der ausgewählte Inhalt im eigenen Profil auf der entsprechenden Plattform veröffentlicht werden und trägt auf diesem Weg zu einer Anschlusskommunikation bei, die von den Nutzern selbst initiiert und weitergeführt wird. So werden die Social Media-Plattformen nicht nur von den Sendern selber zur Werbung genutzt, auch die Nutzer tragen dazu bei, wenn sie durch einen veröffentlichten Link die Aufmerksamkeit anderer Nutzer auf Inhalte von ARD und ZDF lenken.

Dabei ist auch die umgekehrte Situation möglich, in der die Sender Themen aufgreifen, die, unabhängig von aktueller Fernsehberichterstattung, im Social Web aufgekommen sind und von den Nutzern diskutiert werden. Öffentliche Meinungsbildung findet vor allem im Social Web statt und bezieht dabei Standpunkte von Nutzern aus aller Welt ein. Auf diese Weise entstandene Themen bedürfen oft einer Kontextualisierung für den Rezipienten. Der Vermittlungsbedarf entsteht aus der partizipativen Social Media-Kommunikation heraus und wird in diesem Fall durch die Korrespondenten in einem Bericht bei dem klassischen Medium ergänzt. Eine Besonderheit dieser Wechselbeziehung tritt auf, wenn die Plattformen im Zusammenhang mit einem

234 Vgl. Neuberger/Nuernbergk/vom Hofe (2010), S.

bestimmten Ereignis selber zum Thema der Berichterstattung werden und eine tragende Rolle zugesprochen bekommen, wie bei der Twitter- oder der Facebookrevolution geschehen. Den Rezipienten wird auf diese Weise eine Machtposition der Social Media-Dienste suggeriert, die nicht nur die Mobilisierungsmacht miteinbezieht, sondern ebenfalls die Kommunikationsmöglichkeiten und die Völkerverständigung betrifft, und damit Aufgaben, die augenscheinlich von den eigenen Auslandskorrespondenten nicht erfüllt werden konnten.

Auch als Rechercheinstrument haben die Social Media-Plattformen für die Auslandskorrespondenten an Bedeutung gewonnen. Dabei werden sie vor allem zur Ideen- und Themenfindung genutzt, die Geschichten selbst sollten nach Meinung der Korrespondenten und aufgrund der journalistischen Sorgfaltspflicht allerdings durch persönlichen Kontakt entstehen.²³⁵ Vorteile aus dieser Art der Recherche ergeben sich besonders für Auslandskorrespondenten, deren Möglichkeiten durch die Größe ihres Berichtsgebiets oder informationspolitische Rahmenbedingungen eingeschränkt sind, aus diesem Grund werden Social Media-Quellen von diesen Korrespondenten als wichtiger Bestandteil für ihre Berichterstattung eingeschätzt.²³⁶ Das Social Web erleichtert an erster Stelle die Kontaktaufnahme mit inoffiziellen, authentischen Quellen, die sich vornehmlich auf den Plattformen aufhalten. Dazu gehören private Bürger, die sich im Internet zu Wort melden und auf sich aufmerksam machen oder auch Nichtregierungsorganisationen. Aber auch die reine Beobachtung der Kommunikation im Social Web kann den Korrespondenten bereits wichtige Einblicke liefern.

Indes müssen sich die Korrespondenten mit den gleichen Nachteilen befassen, die auch die Social Media-Nutzung der Rezipienten beeinflusst. Im Gegensatz zu ihren Rezipienten helfen den Auslandskorrespondenten allerdings länderspezifische Kenntnisse, um Informationsflut und die Glaubwürdigkeit der Quellen bezüglich ihrer Berichterstattungsgebiete besser einschätzen zu können.²³⁷

Besonders problematisch gestaltet sich die Verifizierung von Fremdinhalten, wenn es sich um Bildmaterial von den Social Media-Plattformen handelt. Dieses kann nicht immer sicher dem Ereignis zugeordnet werden, unter dessen Name es im Internet veröffentlicht wurde, spielt aber in Fällen, in denen die Auslandskorrespondenten aus Sicherheitsgründen oder eingeschränkter Pressefreiheit nicht in der Lage sind, in dem Berichterstattungsgebiet eigene Aufnahmen herzustellen, eine wichtige Rolle für die

235 Vgl. Hahn/Schröder (2008), S.492

236 Vgl. ebd. S.485f

237 Vgl. ebd. S.492

Berichterstattung. Auch unvorhergesehenen Ereignissen folgt oft eine große Menge an Videos auf YouTube, aufgenommen von Amateuren, die zufällig vor Ort waren, wohingegen Journalisten meist nur noch Bilder von den Nachwirkungen drehen können. Das Fremdmaterial gibt den öffentlich-rechtlichen Sendern die Chance, wichtige Nachrichten zu bebildern und auf diese Weise dem Thema eine angemessene Berichtslänge in den Nachrichtensendungen zu zuteilen. Für die Redaktionen stellt es dennoch ein „heikles Thema“ dar. Neben der inhaltlichen Verifizierung durch die Auslandskorrespondenten werden die Quellen sorgfältig überprüft und der Vergleich mit anderen Sendern herangezogen, um das vorhandene Bildmaterial abzugleichen und Fälschungen ausschließen zu können. Wenn möglich wird auf bereits bekannte Quellen zurückgegriffen. In jedem Fall wird das Internetmaterial in der Sendung als solches gekennzeichnet, um auch den Rezipienten die Herkunft der Bilder deutlich darzustellen.

²³⁸ So wird vor allem YouTube als Rechercheinstrument genutzt, wenn aktuelles Bildmaterial benötigt wird. Aber auch Twitter gilt als wichtiger Zugang zu Quellen, was sicherlich auch der Rolle zuzuschreiben ist, die dem Mikroblogging-Dienst bei vergangenen Ereignissen zuteil wurde. Hauptsächlich werden über den Dienst allerdings Stimmungsbilder zu aktuellen Themen recherchiert.²³⁹ Die Quellentransparenz hat für die öffentlich-rechtlichen Sender dabei höchste Priorität. Facebook dagegen dient eher der Rezipientenbindung und bietet den Nutzern Möglichkeiten für Anschlusskommunikation. Nach Meinung der Redaktionen gilt Facebook dabei als der wichtigste Social Media-Dienst „für das Publizieren und/oder die Interaktion mit Nutzern“, noch vor Twitter und YouTube und auch vor den sendereigenen Blogs.²⁴⁰ Diese Einschätzung teilen auch die Nutzer. Gemessen an den Anhängern auf den Plattformen zählen die *Tagesschau*- und die *heute*-Seite bei Facebook mit jeweils über 80.000 Fans zu den beliebtesten Angeboten der öffentlich-rechtlichen Sender im Social Web.

Beide öffentlich-rechtlichen Sender betonen in ihren Telemedienkonzepten die Bedeutung der Social Media-Plattformen für die interaktive Kommunikation,²⁴¹ die das „demokratische Bedürfnis nach Partizipation“²⁴² der Rezipienten unterstützt. Die Nutzung dieser Dienste soll zudem noch verbessert werden.²⁴³ Gegenwärtig werden sie von den Sendern hauptsächlich zur Nutzerwerbung verwendet, während eine ausführliche Hintergrundberichterstattung zu Auslandsthemen auf die eigenen Internetpräsenzen

²³⁸ Vgl. *heute plus* vom 14.09.

²³⁹ Vgl. Neuberger/Nuernbergk/vom Hofe (2010), S.55f

²⁴⁰ Vgl. ebd. S.66, Tab.24

²⁴¹ Vgl. NDR (Hrsg.) (2010), S.14

ZDF (Hrsg.) (2010), S.68

²⁴² ZDF (Hrsg.) (2010), S.65

²⁴³ Vgl. NDR (Hrsg.) (2010), S.14

beschränkt ist. Für die Veröffentlichung über die Social Media-Plattformen gelten dabei dieselben Vorgaben, die auch die Inhalte auf den Internetpräsenzen bestimmen und eine programmbegleitende Funktion voraussetzen.

5. Schluss

*"Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien."*²⁴⁴

Mit der Entwicklung von Social Media wird das Wissen über die Welt und die globale Gesellschaft durch die direkte Kommunikation ergänzt und hat somit auch Auswirkungen auf die Rolle des Auslandskorrespondenten, der bisher die Vermittlung der Auslandsnachrichten für die Rezipienten übernommen hat.

Die Auslandsberichterstattung von ARD und ZDF ist geprägt durch den öffentlich-rechtlichen Auftrag, der das ausgedehnte Korrespondentennetz rechtfertigt und die Vorgabe der kulturverbindenden Berichterstattung gibt.

Die Analyse der gegenwärtigen Auslandsberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Auslandskorrespondenten vor dem Hintergrund der Entwicklung von Social Media hat aufgezeigt, dass das Social Web durchaus Vorteile aufweisen kann, die in der öffentlich-rechtlichen Berichterstattung nicht geleistet werden können und der entstehenden Bürgerjournalismus im Social Web aus Sicht der Auslandskorrespondenten mehr als Konkurrenzbeziehung angesehen wird als ein zusätzliches Mittel, das zur globalen Völkerverständigung beiträgt.

Die Vorstellung der Arbeit der Auslandskorrespondenten hat gezeigt, dass trotz Beeinflussungen in den jeweiligen Berichtsgebieten, das Alleinstellungsmerkmal des "Vor-Ort-Sein" der Korrespondenten Vorteile für die Berichterstattung in sich birgt. Zudem wurde der hohe Anspruch der Auslandskorrespondenten an die eigene Arbeit deutlich.

Ihre Berichterstattung wird allerdings letztendlich danach bewertet, welche Inhalte tatsächlich ins Fernsehprogramm aufgenommen werden. Eine Selektion, die noch weiteren Faktoren unterliegt. So wurden bei der Beschreibung der Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen einige Defizite deutlich, die zum einen auf die Darstellungsform, zum anderen auf die inhaltliche Ausrichtung zurückzuführen sind. Das betrifft vor allem die täglichen Nachrichtensendungen der beiden Sender, die mehr noch an einen engen Rahmen und die aktuelle Nachrichtenlage gebunden sind, als die wöchentlichen Auslandsmagazine, die eine ausführlichere Hintergrundberichterstattung abseits der aktuellen Nachrichtenlage ermöglichen. Im Gegensatz zu den täglichen Nachrichtensendungen mussten die Magazinsendungen seit ihrem Start allerdings einen erheblichen Zuschauerverlust erleben. Dies erhöht zum einen den Rechtfertigungsdruck, zum anderen beschränkt es die Vermittlungsarbeit der Korrespondenten auf eine kleinere

244 Luhmann (1996), S.9

Anzahl von Rezipienten. Die Wahrnehmung des "Anderen" beruht in der Fernsehberichterstattung folglich zu einem Großteil auf den täglichen Nachrichtensendungen.

Die Darstellung von Social Media dagegen zeigt konstant wachsende Nutzerzahlen der verschiedenen Plattformen auf. Diese Tendenz ist nicht nur in Deutschland zu beobachten, sondern bezieht sich auf die Nutzer weltweit, was eine Mehrzahl potentieller *Prosumer* aus der ganzen Welt zur Folge hat. Das Social Web bietet eine Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten, die auf Dialog und Gemeinschaft basieren und so der Völkerverständigung zugute kommen. Eine Informationsfunktion kann dagegen nur eingeschränkt als erfüllt betrachtet werden, da Quellen und Intentionen der Publizierenden nicht immer sicher bestimmt werden können.

Besonders im Vergleich wird deutlich, dass trotz der ausgeprägten Kommunikationsmöglichkeiten, die Social Media bietet, noch ein Vermittlungsbedarf besteht, bedingt auch durch die Vielfältigkeit im Social Web selbst. Ein Bedarf, der durch die Auslandskorrespondenten ausgeglichen werden kann. Die Berichterstattung der Korrespondenten ist rezipientenorientiert. Sie übernehmen eine Vermittlerfunktion, die im Social Web aufgrund der großen Nutzerzahl nicht gewährleistet werden kann. Auch bei Auslandsnachrichten, die erst durch Social Media an eine große Öffentlichkeit gelangen, können die Auslandskorrespondenten durch ihre Kenntnisse aus der Informationsflut selektieren und Ereignisse für die Rezipienten einordnen. Darüber hinaus geht die Funktion, die sie gegenüber den Ländern erfüllen, die aufgrund der "digitalen Kluft" wenig Möglichkeiten haben, am Social Web teilzunehmen und die durch die Berichterstattung der Korrespondenten im Bewusstsein der Rezipienten präsent bleiben.

Gleichzeitig kann auch Social Media eine Ergänzung für die Defizite in der Auslandsberichterstattung bedeuten. Es existiert keine Gatekeeperrolle, die für die Rezipienten eine Vorauswahl trifft. Inhalte, die im Social Web veröffentlicht werden orientieren sich nicht an den Nachrichtenfaktoren, die sich im professionellen Journalismus etabliert haben. Und auch der Nachrichtengeografie steht eine Vielzahl von Inhalten gegenüber, die eine quantitative wie qualitative Abdeckung verschiedener Länder zulässt. Den Nachrichten, die veröffentlicht werden, liegen ganz unterschiedliche Selektionskriterien zugrunde, die in ihrer Menge der Objektivität näher kommen können als die Berichterstattung einiger weniger Auslandskorrespondenten.

Auch die eingeschränkten Präsentationsformen, die der Fernsehberichterstattung einen festen Rahmen vorgeben, sind nicht gegeben und ermöglichen jederzeit eine ausführliche und angemessene Darstellung von Ereignissen.

Eine Wechselwirkung zwischen den Auslandskorrespondenten und Social Media wird

deutlich, die von den öffentlich-rechtlichen Sendern bisher nur bedingt genutzt wird. Der partizipative Journalismus ist dabei nicht ausschließlich als Konkurrenz zu den professionell agierenden Auslandskorrespondenten zu sehen, vielmehr kann dieser die Berichterstattung ergänzen. Mittels ihrer Aktivitäten auf den Social Media Plattformen bieten beide öffentlich-rechtlichen Sender den Nutzern bereits diese Möglichkeit. Die Integration der Social Media Werkzeuge in die Arbeit der Auslandskorrespondenten, die die Voraussetzung für eine direkte Kommunikation mit den Rezipienten schaffen würde, ist allerdings noch nicht erfolgt. Ob die vage Rechtslage über die Möglichkeiten der öffentlich-rechtlichen Sender im Internet ein Grund dafür ist, kann zu diesem Zeitpunkt nur vermutet werden. Der zugewiesene Elitestatus, der in den Interviews mit den Auslandskorrespondenten deutlich wurde, könnte in jedem Fall eine Eintrittsbarriere darstellen und einen Dialog zwischen Korrespondenten und Rezipienten erschweren.

Die in den Forschungen thematisierten Defizite der Vermittlung von Auslandsnachrichten bezieht sich größtenteils auf die Einschränkungen der Berichterstattung innerhalb des Sendeprogramms, die von den Korrespondenten ebenfalls kritisiert wird. Aus den Korrespondenteninterviews geht hervor, dass, unabhängig ihres Berichtsgebiets, die Möglichkeiten einer ausführlicheren Berichterstattung gewünscht sind. Ein direkter Dialog mit den Nutzern würde diese Art der Berichterstattung ermöglichen und die Vermittlungsfunktion der Auslandskorrespondenten stärken.

Die Bedeutung der Visualisierung der Nachrichten unterscheidet sich im Social Web nicht von der, die den Bildaufnahmen in der Berichterstattung der Auslandskorrespondenten zukommt. Sie bedienen Stereotypen und wecken dieselben Assoziationen, denn die Symbolkraft der Bilder ist in der Kultur des Nutzers fest verankert.

Das führt zu der Frage, wie sehr die Nutzer im Social Web einem bestimmten Rezeptionsmuster folgen. Die Einschränkungen der Auslandsnachrichten, die sie erreichen, nehmen sie selber vor. Die Nutzer können auf den Social Media-Plattformen selbstbestimmt handeln und legen individuell fest, welche Informationen für sie von Wert sind. Ein Ansatzpunkt für weitere Untersuchungen wäre, ob die Nutzer dabei gewohnten Sehgewohnheiten folgen, die Bestandteil der eigenen Kultur sind und damit fremdartige Inhalte unbewusst ausschließen.

Wie in dieser Arbeit aufgezeigt wurde, besteht durch Social Media für die Rezipienten die Möglichkeit, Defizite der öffentlich-rechtlichen Auslandsberichterstattung auszugleichen. Die Vermittlungsfunktion der Auslandskorrespondenten kann allerdings nicht ersetzt werden. Dennoch würde ein Einbeziehen von Social Media-Instrumenten in die Arbeit der Auslandskorrespondenten diese Vermittlungsfunktion noch unterstützen. Gerade die öffentlich-rechtliche Auslandsberichterstattung genießt großes Vertrauen der Rezipienten

und könnte dies auch im Social Web nutzen, um den Nutzern auf diesem Weg nicht nur neue Informationskanäle zu öffnen, sondern ihnen gleichzeitig auch eine Kommunikationsmöglichkeit zu geben, die das Verständnis und damit letztendlich auch die Völkerverständigung stärken und auf diesem Weg dazu beitragen, dass das „globale Dorf“ zur Realität wird.

6. Quellenverzeichnis

I. Literatur

- Armbruster, Jörg: *Korrespondentenbericht: „Live aus...“ - Sechs Jahre im Nahen Osten* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.449-453
- Beisswenger, Achim: *YouTube und seine Kinder: wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen reformieren*. Baden-Baden 2010
- Bernet, Marcel: *Social Media in der Medienarbeit: Online-PR im Zeitalter von Google, Facebook und Co*. Wiesbaden 2010
- Bouhs, Daniel: *Vom Frust der „Auslandsfürsten*. Erschienen in: Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union / Friedrich-Ebert-Stiftung e.V. / Jugendpresse Deutschland e.V. (Hrsg.): *Auslands- und Krisenberichterstattung. Youth Media Convention 2008*. S.12-14
- Breckl, Sylvia: *Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen, Die Dritte Welt in Weltspiegel und auslandsjournal*. Berlin 2006
- Brosius, Hans Bernd: *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption: ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten*. Opladen 1995
- Busemann, Katrin / Gscheidle, Christoph: *Web 2.0: Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau, Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011*. Erschienen in: Media Perspektiven 7-8/2011, S.360-369
- Cippitelli, Claudia / Schwanebeck, Axel: *Nur Krisen, Kriege, Katastrophen? Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen, Dokumentation der 21. Tutzinger Medientage*. München 2003
- Dreßler, Angela: *Nachrichtenwelten, Hinter den Kulissen der Auslandsberichterstattung, Eine Ethnographie*. Bielefeld 2008
- Geese, Stefan / Zubayr, Camille: *Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht, Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehnachrichten*. Erschienen in: Media Perspektiven 4/2009, S.158-173
- Gerhard, Heinz / Zubayr, Camille: *Tendenzen im Zuschauerverhalten, Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2010*. Erschienen in: Media Perspektiven 3/2011, S.126-138
- Göbbel, Roland / Ruhrmann, Georg: *Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland. Abschlussbericht für netzwerk recherche e.V.* April 2007
- Graf, Joachim: *Aufmerksamkeitsökonomie und Bewegtbild*. in Beisswenger (2010) S.37-44
- Hahn, Oliver / Lönnendonker, Julia: *Der Einfluss von Nachrichtenplätzen und Berichterstattungsgebieten auf die Arbeit von Auslandskorrespondenten* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.496-513
- Hahn, Oliver / Schröder, Roland: *Konvergente Korrespondenten – Veränderungen und Einflüsse vernetzter Kommunikation* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.477-495
- Hahn, Oliver / Lönnendonker, Julia / Scherschun, Nicole: *Forschungsstand* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.19-43

Hahn, Oliver / Lönnendonker, Julia / Schröder, Roland: *Deutsche Auslandskorrespondenten, Ein Handbuch*. Konstanz 2008

Initiative D21 (Hrsg.): *(N)ONLINER Atlas 2011, Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland*. Juli 2011

International Telecommunication Union (Hrsg.): *Measuring the Information Society*. Genf 2011

Kamps, Klaus: *Nachrichtengeografie* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.80-98

Kleinstauber, Hans.J: *Der Dialog der Kulturen in der Kommunikationspolitik*. In Cippitelli / Schwanebeck (2003), S.144-192

Kretzschmar, Sonja: *Fremde Kulturen im Europäischen Fernsehen, Zur Thematik der fremden Kulturen in den Fernsehprogrammen von Deutschland, Frankreich und Großbritannien*. Wiesbaden 2002

Krüger, Udo Michael: *InfoMonitor 2010: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat. 1. Themen, Ereignisse und Akteure*. Erschienen in: *Media Perspektiven* 2/2011, S.91-114

Lottritz, Kerstin: *Brücke zwischen den Kontinenten – Der Nachrichtenplatz Madrid* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.214-227

Luhmann, Niklas: *Die Realität der Massenmedien*. Opladen 1996

Majchrzak, Thomas: *Adel und Aktien – Der Nachrichtenplatz London* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.167-174

Meckel, Miriam: *Internationales als Restgröße? Zur Auslandsberichterstattung in Fernsehnachrichten* in Kamps, Klaus / Meckel, Miriam: *Fernsehnachrichten – Strukturen, Funktionen, Prozesse*. Opladen 1998, S.257-274

Mielau, Marc / Schmiegelow, Axel: *Markenführung in sozialen Medien – Neue Wege zum Konsumentenherz* in Beisswenger (2010), S.105-120

Mükke, Lutz: *„Der Trend geht zum Generalisten und Feuerwehrmann“, Ein Dossier zum Zustand der deutschen Auslandsberichterstattung*. Erschienen in: *nr-Dossier* 2/08. 2008

Mükke, Lutz: *„Journalisten der Finsternis“ Akteure, Strukturen und Potenziale deutscher Afrika-Berichterstattung*. Köln 2009

Müller, Jens / Schröder, Roland: *Ökonomie von Auslandskorrespondenz – Eine Makro-Perspektive* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.99-115

NDR (Hrsg.): *Telemedienkonzepte des Norddeutschen Rundfunks. Angebotsbeschreibung für tagesschau.de und eins-extra.de*. überarbeitete Fassung vom 25. Juni 2010

Nitz, Pia: *Die Beziehung zwischen Auslandskorrespondenten und Heimatredaktionen* in Hahn / Lönnendonker / Schröder (2008), S.514-525

Neuberger, Christoph: *Versuch über das Internet*. Erschienen in: Diemand, Vanessa: *Ich, Wir und Die Anderen. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen*. Hannover 2009

Neuberger, Christoph / Nuernbergk, Christian / vom Hofe, Hanna Jo: *Twitter und Journalismus, Der Einfluss des „Social Web“ auf die Nachrichten*. Düsseldorf 2010

Pleil, Thomas: *Öffentlichkeit im Wandel: Die Rolle von Online-PR in der Krise*. Erschienen in: Friedrichsen, Mike / Wendland, Jens / Woronenkova, Galina: *Medienwandel durch Digitalisierung und Krise – eine vergleichende Analyse zwischen Russland und Deutschland*. Baden-Baden 2010

Polenz, Ruprecht: *12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag und Drei-Stufen-Test: Testfall für den Fernsehrat*. Erschienen in: *ZDF Jahrbuch 2008*. Mainz 2009

Topf, Dorothea: *Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, Das Bild der »Dritten Welt«*. Taunusstein 2003

Verhein-Jarren, Annette: *Das politische Ereignis als historische Geschichte, Aktuelle Auslandskorrespondentenberichte des Fernsehens in historiographischer Perspektive*. Frankfurt am Main 1990

ZDF (Hrsg.): *Konzept der Telemedienangebote des ZDF*. Mainz 18. Mai 2010

II. Juristische Veröffentlichungen

BverfG (Urteil v. 04.11.1986): 4. Rundfunkentscheidung / Niedersachsen

Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV) vom 31. August 1991, in der Fassung des Dreizehnten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Dreizehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit 1. April 2010

III. Internetquellen

Alle Internetseiten abrufbar am 30.12.2011. Ausnahmen wurden dementsprechend gekennzeichnet

AGOF: *internet facts 2011-05*

<http://www.agof.de/aktuelle-studie.583.de.html>

Alexa:

Facebook

<http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>

Twitter

<http://www.alexa.com/siteinfo/twitter.com>

YouTube

<http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>

Allfacebook: *Nutzerzahlen FAQ*. Erschienen am 1. Februar 2010

http://allfacebook.de/zahlen_fakten/nutzerzahlen-faq

ARD:

blog.tagesschau.de

<http://blog.tagesschau.de/>

Facebook-Profil

→ *ARD*

<http://www.facebook.com/#!/ARD>

→ *Tagesschau*

<http://www.facebook.com/#!/tagesschau>

→ *Weltspiegel*

<http://www.facebook.com/#!/Weltspiegel>

intern.tagesschau.de

<http://intern.tagesschau.de/flash/index.php?c=GFnZT1Lb3JyZXNwb25kZW50ZW4=&h=0f51>

→ Fragen

→ Korrespondenten

→ Sendungen

Mediathek

<http://www.ardmediathek.de/ard/servlet/>

Tagesschau Nachrichten-Weltatlas

<http://atlas.tagesschau.de/>

Twitter-Konto

→ *Tagesschau*

<http://twitter.com/#!/tagesschau>

Videoblog

<http://www.tagesschau.de/videoblog/index.html>

→ *Afrika, Afrika*

http://www.tagesschau.de/videoblog/afrika_afrika/index.html

→ *Zwischen Mittelmeer und Jordan*

http://www.tagesschau.de/videoblog/zwischen_mittelmeer_und_jordan/index.html

Weltspiegel

<http://www.daserste.de/weltspiegel/>

→ *Geschichte*

<http://www.daserste.de/weltspiegel/geschichte.asp>

YouTube-Kanal

<http://www.youtube.com/user/ARD>

ARD / ZDF (Hrsg): *ARD/ZDF-Onlinestudie 2011*.

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>

Carlson, Nicholas: *The Real History of Twitter*. Erschienen in: Business Insider.

13. April 2011

<http://www.businessinsider.com/how-twitter-was-founded-2011-4>

ComScore Data Mine:

Local Sites Show Strong Holding in German Online Video Market.

Erschienen am 19. September 2011

<http://www.comscoredatamine.com/2011/09/local-sites-show-strong-holding-in-german-online-video-market/>

The Netherlands lead Global Markets in Twitter.com reach. Erschienen am

10. Februar 2011

<http://www.comscoredatamine.com/2011/02/the-netherlands-leads-global-markets-in-twitter-reach/>

Top Markets for Facebook by Percent Reach. Erschienen am 21. September 2011

<http://www.comscoredatamine.com/2011/09/top-markets-for-facebook-by-percent-reach/>

Facebook:

Fakten

<http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>

Firmengeschichte

<http://www.facebook.com/press/info.php?timeline> , abgerufen am 25.11.2011

Statistik

<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> , abgerufen am 25.11.2011

Friederichs, Hauke: *Vernetzt auf Teherans Straßen*. Erschienen in: Zeit Online. 16.06.2009
<http://www.zeit.de/online/2009/25/iran-proteste-internet>

Google (Hrsg.), *Google To Acquire YouTube for \$1.65 Billion in Stock*, erschienen am 9. Oktober 2006
http://www.google.com/press/pressrel/google_youtube.html

Leskovar, Roman: *Bloggen in schwierigen Zeiten*. Video abrufbar in ZDF Mediathek.
Erschienen am 15.04.2011
<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1312132/Bloggen-in-schwierigen-Zeiten-#beitrag/video/1312132/Bloggen-in-schwierigen-Zeiten->

NDR ARD-aktuell - „Tagesschau“ & Co.
<http://www.ndr.de/unternehmen/organisation/faq/ndr340.html>

Noll, Andreas: *Revolution online. Das Internet und der Umbruch in der arabischen Welt*.
Erschienen in: Deutschlandradio. 23.06.2011
<http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/1488785/>

Peters, Thomas Mike: *Was ist eigentlich der Drei-Stufen-Test?*
Erschienen in: Telemedicus. 16. Februar 2009
<http://www.telemedicus.info/article/1160-Was-ist-eigentlich-der-Drei-Stufen-Test.html>

Socialbakers:

Facebook Statistics by country
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> , abgerufen am 25.09.2011

World Continents Facebook Statistics
<http://www.socialbakers.com/countries/continents> ,abgerufen am 25.09.2011

Twitter:

Suche
<http://twitter.com/#!/search-home>

Twitterblog
<http://blog.twitter.com/>
→ *Eintrag vom 8.September 2011*
<http://blog.twitter.com/2011/09/one-hundred-million-voices.html>
→ *Eintrag vom 15.Juni 2009*
<http://blog.twitter.com/2009/06/down-time-rescheduled.html>

Tancer, Bill: *Who's really participating in Web 2.0*. Erschienen in: Time. 25. April 2007
<http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1614751,00.html>

Wenzel, Silvio: *Der Iran, die Wahl und Twitter. Die Rolle des Internets im blutigen Juni*.
Erschienen am 20.10.2009
http://www.wdr.de/tv/quarks/sendungsbeitraege/2009/1020/003_internet.jsp

YouTube

CitizenTube
<http://www.citizentube.com/>

Häufig gestellte Fragen

<http://www.youtube.com/t/faq>

Long Live Egypt. Veröffentlicht von letoutou999. 03. Februar 2011

http://www.youtube.com/watch?v=Nd-__QZZOW4

Statistik

http://www.youtube.com/t/press_statistics

Zeitachse

http://www.youtube.com/t/press_timeline

ZDF:

Auslandsjournal

<http://auslandsjournal.zdf.de/ZDFde/inhalt/17/0,1872,1020465,00.html>

Blog

<http://blog.zdf.de/>

Die ZDF-Auslandskorrespondenten

<http://auslandsjournal.zdf.de/ZDFde/inhalt/0/0,1872,2000672,00.html>

→ *Videos*

jeweils unter Studio (...) → Link → Video

→ *Das ZDF Studio Kairo*

<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/874324/Das-ZDF-Studio-Kairo#/beitrag/video/874324/Das-ZDF-Studio-Kairo>

Facebook-Profil

→ *ZDF heute*

<http://www.facebook.com/#!/ZDFheute>

Geothek

<http://geothek.zdf.de/>

Geschichte

<http://www.unternehmen.zdf.de/index.php?id=66&artid=106&backpid=10&cHash=b5f4e11931>

Mediathek

<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/hauptnavigation/nachrichten/#/hauptnavigation/nachrichten>

Pressemeldung vom 11.05.2011

<http://www.presseportal.de/pm/7840/2042031/ots-audio-peter-frey-was-in-der-welt-passiert-betrifft-uns-direkt-das-zdf-staerkt-die?search=was,in,der,welt,passiert>

Twitter-Konto

→ *ZDFonline*

<http://twitter.com/#!/zdfonline>

→ *ZDF-Reporter vor Ort*

<http://twitter.com/#!/ReporterZDF>

YouTube-Kanal

<http://www.youtube.com/user/zdf>

IV. Sendungen

heute plus vom 7. September – 12. Oktober 2011, abrufbar in der ZDF Mediathek:

<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/hauptnavigation/startseite#/hauptnavigation/startseite>

7. Anhang

I. Auslandsstudios der öffentlich-rechtlichen Sender und ihre zuständigen Berichtsgebiete²⁴⁵

Standort	Berichtsgebiet ARD	Berichtsgebiet ZDF
Washington D.C.	Vereinigte Staaten von Amerika	-
New York	New York, Kanada + UNO	Vereinigte Staaten von Amerika, Kanada, + UNO
Mexico City	Bahamas, Belize, Costa Rica, Dominikanische Republik, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guyana, Haiti, Honduras, Jamaica, Kleine Antillen, Kuba, Mexico, Nicaragua, Panama, Surinam, Venezuela	-
Rio de Janeiro	Argentinien, Bolivien, Brasilien, Chile, Paraguay, Peru, Uruguay	Argentinien, Bolivien, Brasilien, Chile, Ecuador, Französisch-Guyana, Guyana, Kolumbien, Paraguay, Peru, Surinam, Uruguay, Venezuela
Madrid	Spanien, Portugal, Algerien, Marokko, Tunesien	-
Paris	Frankreich	Frankreich, Spanien, Portugal, Algerien, Marokko, Tunesien, West-Sahara, französische Überseegebiete mit Ausnahme von Französisch-Guyana
London	Grossbritannien, Irland	Grossbritannien, Irland, Commonwealth- Staaten
Brüssel	Belgien, Luxemburg, Niederlande + Europäische Union, NATO	Belgien, Luxemburg, Niederlande + Europäische Union (Straßburg)
Straßburg	Europäische Union	-
Genf	Schweiz	-
Rom	Italien, Griechenland, Malta, Vatikan	Italien, Griechenland, Malta, Vatikan
Prag	Tschechische Republik, Slowakische Republik	-
Wien	Albanien, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Österreich, Rumänien, Serbien, Slowenien, Ungarn	Albanien, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Österreich, Rumänien, Serbien, Slowakische Republik, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn
Warschau	Polen	Polen, Estland, Lettland, Litauen
Stockholm	Dänemark, Estland, Finnland, Island, Lettland, Litauen, Norwegen Schweden	-
Kiel	-	Dänemark, Finnland, Grönland, Island, Norwegen, Schweden
Moskau	Armenien, Aserbaidshan, Belarus, Georgien, Kasachstan, Kirgistan, Moldawien, Mongolei, Russland, Tadschikistan, Turkmenistan, Ukraine, Usbekistan	Armenien, Aserbaidshan, Belarus, Georgien, Kasachstan, Kirgistan, Moldawien, Russland, Tadschikistan, Turkmenistan, Ukraine, Usbekistan
Istanbul	Iran, Türkei	Türkei, Afghanistan, Iran

245 Vgl. ARD: *intern/tagesschau.de/korrespondenten* (2011)
ZDF: *Die ZDF-Auslandskorrespondenten* (2011)

Standort	Berichtsgebiet ARD	Berichtsgebiet ZDF
Teheran	-	Iran, Afghanistan
Tel Aviv	Israel, Gaza, Westjordanland	Israel, Gaza, Westjordanland, Zypern
Kairo	Ägypten, Irak, Jemen, Jordanien, Katar, Kuwait, Libanon, Libyen, Oman, Sudan, Saudi-Arabien, Syrien, Vereinigte Arabische Emirate	Ägypten, Bahrain, Irak, Jemen, Jordanien, Kuwait, Libanon, Libyen, Mahgreb-Staaten (nur bei pan-arabischen, pan-islamistischen Themen), Nord-Sudan, Oman, Saudi-Arabien, Syrien, Tschad, Vereinigte Arabische Emirate
Johannesburg	Angola, Botswana, Lesotho, Malawi, Mosambik, Namibia, Sambia, Simbabwe, Südafrika, Swasiland	Angola, Botswana, Komoren, Lesotho, Madagaskar, Malawi, Mauritius, Mayotte, Mosambik, Namibia, Sambia, Simbabwe, Südafrika, Swasiland
Nairobi	Gesamter zentralafrikanischer Raum, umschließt fast 40 afrikanische Länder	Gesamter zentralafrikanischer Raum, umschließt fast 40 afrikanische Länder
Neu Delhi	Afghanistan, Bangladesh, Bhutan, Indien, Malediven, Nepal, Pakistan, Sri Lanka	-
Singapur	Australien, Brunei, Burma, Indonesien, Kambodscha, Laos, Malaysia, Neuseeland, Papua Neuguinea, Thailand, Vietnam	Australien, Bangladesch, Bhutan, Brunei, Burma, Indien, Indonesien, Kambodscha, Laos, Malaysia, Nepal, Neuseeland, Ost-Timor, Pakistan, Papua-Neuguinea, Sri Lanka, der Südpazifische Ozean, Thailand, Vietnam
Peking	China	China, Japan, Macau, Mikronesien, Mongolei, Nordkorea, Philippinen, Südkorea, Taiwan
Tokio	Japan, Nordkorea, Ozeanien, Philippinen, Südkorea, Taiwan	China, Japan, Macau, Mikronesien, Mongolei, Nordkorea, Philippinen, Südkorea, Taiwan

Selbständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbständig und nur unter der Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Berlin, den

Lisa Rolling